

Escola de Sociologia e Políticas Públicas

Departamento de História

Cultura Sul-Coreana em Portugal: O Efeito da “Korean Wave”

Maria Inês Madureira Loureiro

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de

Mestre em Empreendedorismo e Estudos da Cultura

Orientadora:

Doutora Maria João Vaz, Professora Auxiliar

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Co-orientador:

Doutor Tiago Lapa, Professor Auxiliar

ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2018

AGRADECIMENTOS

A todos os que contribuíram para que este trabalho fosse possível com o seu tempo, o seu incentivo e a sua experiência o meu muito obrigado.

RESUMO

Num cenário global onde o consumo de produtos culturais há muito que deixou de ser restringido por barreiras geográficas, e temporais, a *Korean Wave* surge como uma onda pronta para se impor na indústria do entretenimento.

O consumo e exportação de cultura popular Sul Coreana têm vindo assim, como consequência, a ser cada vez mais estudado. Procuram-se respostas para a razão da sua popularidade, procura-se saber quais os seus meios de difusão e como funcionam. Embora na presente dissertação não se tente analisar o fenómeno da *Korean Wave* ao pormenor quis saber qual o impacto que esta tem na disseminação da cultura coreana em Portugal, partindo do princípio que a *Korean Wave* também já se teria infiltrado no tecido cultural português.

Assim, através de métodos quantitativos (pesquisa teórica e realização de entrevistas) e qualitativos (concretização de inquéritos), foi possível começar a colocar em papel a realidade da cultura coreana em Portugal. Realidade que tem duas principais componentes propícias à investigação: A aprendizagem da língua coreana e os eventos de cultura coreana.

O papel da *Korean Wave* na divulgação da cultura coreana em Portugal revelou-se essencial. Através dos resultados obtidos foi constatado que a cultura pop coreana, que inclui a música, séries e filmes coreanos, é a principal responsável por espoletar o interesse do público-alvo na cultura coreana e, conseqüentemente, indispensável para a divulgação da cultura coreana, não só em Portugal, como a uma escala global.

Palavras-chave: Korean Wave; Globalização; Consumo Transcultural; Hibridação Cultural; K-pop.

ABSTRACT

In a world where the way we consume content is no longer restrained by place, or time, the Korean Wave floods in ready to take its place in the entertainment industry.

The exportation and consumption of South Korean pop culture products has therefore become an attractive study subject. Why is it so popular, how does the content circulate, these are some of the questions trying to be answered.

Although the main goal of this dissertation is not to analyse in depths the phenomenon of the Korean Wave I wanted to discover the impact it has on the dissemination of Korean culture within Portugal, this assuming that said Korean Wave had already infiltrated the Portuguese culture sphere.

In order to so qualitative methods, such as theoretical research and interviews, and quantitative methods, such as questionnaires, were used. This way it was possible to begin constructing an image of the reality of Korean culture in Portugal. This reality has two main pillars conducive to being researched: the study of Korean language and events regarding Korean culture.

The role of the Korean Wave in the disclosure of Korean culture in Portugal revealed itself to be essential. Through the results prevenient from the research it was possible to verify that Korean pop culture, which includes music, series and movies, was the main responsible for triggering the interest of the target audience and is, therefore, indispensable in the propagation of korean culture not only in Portugal but all around the world.

Key-words: Korean Wave; Globalization, Transcultural Consumption; Cultural Hybridity; K-pop.

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS.....	I
RESUMO	II
ABSTRACT.....	III
Introdução	1
Da Coreia para o Mundo	1
Problemática e Objetivos	2
Estratégia Metodológica.....	3
Organização da Dissertação	5
CAPÍTULO I – COMPREENDER A KOREAN WAVE.....	7
1. KOREAN WAVE.....	8
2. GLOBALIZAÇÃO.....	10
3. CONSUMO TRANSCULTURAL	11
4. HIBRIDAÇÃO CULTURAL	12
CAPÍTULO II – RAÍZES E RAMIFICAÇÕES DA KOREAN WAVE.....	15
1. Políticas Culturais & Económicas.....	15
2. Tecnologias e Redes Sociais	16
3. Turismo	18
4. Sucesso e Aceitação da <i>Korean Wave</i>	19
CAPÍTULO III - ATUALIDADE DA CULTURA COREANA EM PORTUGAL.....	23
1. Aprendizagem da Língua Coreana.....	23
2. Eventos Organizados Pela Embaixada.....	27
3. Cultura Coreana nos Meios de Comunicação Portugueses	28
4. O <i>K-Pop</i> em Portugal	29
CAPÍTULO IV – FALAR COREANO EM PORTUGAL	33
CAPÍTULO V - EVENTOS DE CULTURA COREANA	39
1. <i>Quiz on Korea</i>	39
2. <i>Kpop World Festival</i>	47
3. <i>Homecoming Day</i>	56
4. Semana da Cultura Coreana	62
CAPÍTULO VI – APRENDER E APRECIAR A CULTURA COREANA.....	71
1. O Público dos Eventos	71
2. Dos Eventos à Sala de Aulas.....	73
CONCLUSÃO	75

BIBLIOGRAFIA.....	79
FONTES.....	83
ANEXOS.....	I
Anexo A - Guião da Entrevista a Martim Mónica no dia 25 de Janeiro de 2018	II
Anexo B -Guião da Entrevista a Jin Sun Lee no dia 12 de Março de 2018	III
Anexo C - Guião da Entrevista a Pedro Correia no dia 24 de Abril de 2018.....	IV
Anexo D - Questionário do <i>Homecoming Day</i>	V
Anexo E - Questionário da Semana da Cultura Coreana	VII
Anexo F – Transcrição do Questionário Google Forms “Aprender coreano: Questionário para a dissertação de Mestrado”.....	XI
Anexo G – Transcrição do Questionário Google Forms “Quiz on Korea 2017: Questionário para a dissertação de Mestrado”	XIV
Anexo H – Transcrição do Questionário Google Forms “KPOP Festival 2017: Questionário para a dissertação de Mestrado”	XVII

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Idade dos inquiridos no questionário aos alunos de língua coreana	34
Gráfico 2 - Habilitações literárias dos inquiridos no questionário aos alunos de língua coreana.....	34
Gráfico 3 - Habilitações literárias dos inquiridos no questionário aos alunos de língua coreana.....	35
Gráfico 4 - Eventos em que os inquiridos no questionário aos alunos de língua coreana tomaram parte	36
Gráfico 5- Primeiro contacto com produtos culturais coreanos pelos inquiridos no questionário aos alunos de língua coreana	36
Gráfico 6- Razões seleccionadas pelos inquiridos no questionário aos alunos de coreano para justificarem o início de interesse pela cultura coreana	37
Gráfico 7- Período de tempo, desde 2017, correspondente ao interesse por cultura coreana dos inquiridos no questionário aos alunos de coreano	37
Gráfico 8- Plataformas utilizadas pelos inquiridos no questionário aos alunos de coreano para terem acesso a produtos culturais coreanos	38
Gráfico 9- Razões seleccionadas pelos inquiridos no questionário aos alunos de coreano para ter justificarem o interesse em visitar a Coreia do Sul	38
Gráfico 10- Idade dos inquiridos no questionário do Quiz on Korea.....	40
Gráfico 11- Habilitações literárias dos inquiridos no questionário do Quiz on Korea...	41
Gráfico 12- Meio através do qual os inquiridos no questionário do Quiz on Korea tomaram conhecimento do evento	41
Gráfico 13- Relação dos eventos em que os inquiridos do questionários do Quiz on Korea com cultura coreana.....	42
Gráfico 14- Eventos em que os inquiridos do questionário Quiz on Korea tomaram parte	42
Gráfico 15- Primeiro contacto com produtos culturais coreanos pelos inquiridos do questionário Quiz on Korea.....	43
Gráfico 16- Razões seleccionadas pelos inquiridos do questionário Quiz on Korea para justificarem o início de interesse pela cultura coreana	43
Gráfico 17 - Período de tempo, desde 2017, correspondente ao interesse por cultura coreana dos inquiridos no questionário do Quiz on Korea.....	44

Gráfico 18- Plataformas utilizadas pelos inquiridos do questionário do Quiz on Korea para terem acesso a produtos culturais coreanos	45
Gráfico 19- Motivos para justificar a aprendizagem de coreano selecionados pelos inquiridos no questionário do Quiz on Korea.....	45
Gráfico 20- Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário do Quiz on Korea para ter justificarem o interesse em visitar a Coreia do Sul	46
Gráfico 21- Idade dos inquiridos no questionário do Kpop World Festival	49
Gráfico 22- Habilitações literárias dos inquiridos no questionário do Kpop World Festival	50
Gráfico 23- Meio através do qual os inquiridos no questionário do Kpop World Festival	50
Gráfico 24- Relação dos eventos em que os inquiridos do questionários do Kpop World Festival	51
Gráfico 25- Eventos em que os inquiridos no questionário do <i>Kpop World Festival</i> tomaram parte	51
Gráfico 26- Primeiro contacto com produtos culturais coreanos pelos inquiridos do questionário <i>Kpop World Festival</i>	52
Gráfico 27- Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário do Kpop World Festival para justificarem o início de interesse pela cultura coreana	52
Gráfico 28 - Período de tempo, desde 2017, correspondente ao interesse por cultura coreana dos inquiridos no questionário do Kpop World Festival	53
Gráfico 29- Plataformas utilizadas pelos inquiridos do questionário do Kpop World Festival para terem acesso a produtos culturais coreanos	53
Gráfico 30 - Motivos para justificar a aprendizagem de coreano selecionados pelos inquiridos no questionário do Kpop World Festival	54
Gráfico 31- Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário do Kpop World Festival para ter justificarem o interesse em visitar a Coreia do Sul.....	55
Gráfico 32 - Idade dos inquiridos no questionário do <i>Homecoming Day</i>	57
Gráfico 33- - Motivos para justificar a aprendizagem de coreano selecionados pelos inquiridos no questionário do <i>Homecoming Day</i>	58
Gráfico 34- Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário do <i>Homecoming Day</i> para justificar o interesse em visitar a Coreia.....	58
Gráfico 35 - Eventos em que os inquiridos no questionário do <i>Homecomig Day</i> tomaram parte	59

Gráfico 36 - Motivos que levaram ao interesse pela cultura coreana entre inquiridos no questionário do <i>Homecomig Day</i>	60
Gráfico 37 - Período de tempo, desde 2017, correspondente ao interesse por cultura coreana dos inquiridos no questionário do Homecoming Day.....	60
Gráfico 38 - Plataformas utilizadas pelos inquiridos no questionário do <i>Homecoming Day</i> para terem acesso a produtos culturais coreanos	61
Gráfico 39 - Idade dos inquiridos no questionário da SCC.....	63
Gráfico 40 - Habilitações literárias dos inquiridos no questionário da SCC.....	64
Gráfico 41 - Distribuição da participação nas atividades entre os inquiridos do questionário da SCC	64
Gráfico 42 - Meio através do qual os inquiridos no questionário da SCC tomaram conhecimento do evento	65
Gráfico 43 - Relação de outros eventos em que os inquiridos dos questionários da SCC participaram com cultura coreana.....	65
Gráfico 44 – Outros eventos relacionados com cultura coreana em que os inquiridos do questionário da SCC participaram.....	66
Gráfico 45 - Motivos que levaram ao interesse pela cultura coreana entre inquiridos no questionário da SCC	67
Gráfico 46 - Plataformas utilizadas pelos inquiridos no questionário da SCC para acederem a produtos culturais coreanos	67
Gráfico 47 - Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário da SCC para ter justificarem o interesse em aprender coreano.....	68
Gráfico 48 - Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário da SCC para ter justificarem o interesse em visitar a Coreia do Sul	68

Introdução

Da Coreia para o Mundo

Quando em Agosto de 2012 o cantor sul-coreano *Psy* lançou a sua música “Oppa Gangnam Style” estaria, provavelmente, longe de pensar que essa mesma música viria a passar, mais tarde, numa estação de rádio portuguesa. Aquele que se tornou num êxito mundial e foi durante muito tempo o vídeo com mais visualizações do *youtube*¹ (Lee, 2015) colocou o Kpop (música pop coreana) nos olhos, e ouvidos, de todo o mundo. Foi também nesse ano que se realizou em Portugal pela primeira vez o *KPOP World Festival*, organizado pela Embaixada da República da Coreia do Sul. O festival, que no seu primeiro ano não teve dimensão física, conta agora com um público cada vez maior. Este evento, em conjunto com a Semana da Cultura Coreana do Museu do Oriente representam os dois eventos anuais fixos que acontecem em Portugal, mais especificamente em Lisboa, dedicados à cultura coreana². A Semana da Cultura Coreana (SCC) teve a sua primeira edição em 2013. Foi também nesse ano que o *KPOP World Festival* passou do formato virtual para o físico com lotação esgotada. Por sua vez 2014, marca o ano em que começou o meu interesse pela cultura coreana.

Num contexto geral é possível afirmar que a cultura coreana tem vindo a ter uma divulgação e aderência cada vez maior por todo o mundo. Ver por exemplo, um concerto de um grupo de K-pop que aconteceu em Paris, em 2011, onde os 6000 bilhetes esgotaram em 15 minutos tendo sido adicionada uma data extra de concerto por pressão dos fãs. Ou mesmo quando a banda coreana “Super Junior” actuou na América do Sul para 13 mil espectadores. (Jin & Yoon, 2016). O contexto americano dos últimos anos pode ser útil para perpetivar a evolução da popularidade deste género musical. A primeira vez que uma música de artistas coreanos chegou à *Billboard's Hot 100*³ foi em 2009, o *single* “Nobody”. Wonder Girls, um grupo da *JYP Entertainment* composto só por elementos do sexo feminino, foi o responsável por esta proeza (Molen, 2014).

¹ Plataforma *online* para partilha de vídeos

² Ao longo deste trabalho irei utilizar a expressão “cultura coreana” como referente a produtos culturais e de entretenimento provenientes da Coreia do Sul

³ Tabela musical padrão dos Estados Unidos que avalia a lista das cem músicas mais vendidas no decorrer de uma semana, publicada pela revista *Billboard*

Agora, no ano de 2018, a banda coreana BTS, segundo a publicação americana *Billboard* que lista semanalmente os álbuns mais vendidos, liderou o top de álbuns vendidos nos EUA.⁴

Comecei a aprender coreano no final de 2014 como consequência do interesse por programas de entretenimento coreanos. A partir daí desenvolveu-se a curiosidade pela cultura e pelo país em geral – a língua, a cozinha, o estilo de vida. E também a percepção clara de que a minha curiosidade na matéria não se tratava de um caso isolado.

Na sequência deste aumento de interesse, que pode começar por uma só área como a música (Kpop) ou programas de televisão, parece haver uma maior disponibilidade para querer saber mais sobre as outras facetas da fonte de entretenimento. Assim, o caso da Coreia⁵ é bastante interessante e peculiar porque é um interesse que traz consigo uma grande vontade de descoberta.

No convívio com outras pessoas que partilham o interesse pela cultura coreana este foi um fenómeno que vi ocorrer com alguma frequência e que achei ser pertinente e interessante estudar no âmbito da dissertação. Isto por, na maioria dos casos que conheci, ser possível detetar um padrão (interesse por uma área específica, normalmente de cultura popular coreana leva a expansão do leque de interesses) que levou a um interesse mais profundo pelo país da República da Coreia do Sul. Outro fator que considerei de interesse foi a capacidade da cultura *pop* coreana em criar legiões de fãs de um fanatismo que é raro ver acontecer com bandas ocidentais, pelo menos desde os Beatles. Mas para chegar a este ponto é necessário que a introdução ao *K-pop*, e à cultura coreana em geral, aconteça. É necessário que os fluxos culturais se encontrem operacionais. E de que modo é que funcionam estes fluxos? Qual é a porta de entrada para o mundo da cultura e entretenimento coreano? Foi isto que procurei investigar.

Problemática e Objetivos

Comecei com as seguintes questões de partida: Qual o papel da *Hallyu* (*Korean Wave*) na divulgação da cultura coreana em Portugal? Será a *Korean Wave* o principal fenómeno responsável pela divulgação da cultura coreana em Portugal? Em seguimento

⁴ <https://www.publico.pt/2018/05/28/culturaipilon/noticia/nunca-antes-visto-sulcoreanos-bts-lideram-top-americano-1832372>, consultado a 4 de Junho às 15h41

⁵ Ao longo do trabalho os termos Coreia, Coreia do Sul e República da Coreia do Sul serão utilizados indiscriminadamente

destas questões procurei averiguar como é que se tem desenvolvido o interesse pela cultura coreana em Portugal.

As respostas a estas questões serão essenciais para confirmar, ou refutar, a hipótese inicial de que a *Korean Wave* foi, e é, um dos fenómenos mais impulsionadores da divulgação da cultura sul-coreana em Portugal.

Para obter as respostas necessárias e a verificar a veracidade da hipótese inicial foi necessário estabelecer os objetivos a cumprir e a metodologia a utilizar na execução dos mesmos.

Aquele que defini como principal objetivo do trabalho de investigação foi descobrir o ponto de partida do interesse pela cultura coreana do meu público-alvo, definido por aqueles que se interessam por cultura coreana e cultivam o seu interesse indo a eventos e/ou aprendendo a língua.

É de notar que existem muitos grupos e associações que se dedicam a organizar eventos relacionados com a Coreia e o K-pop numa esfera mais privada. No entanto optei por me focar em eventos de cariz mais público e oficial.

Outros objetivos que se prendem com este são avaliar a popularidade da cultura coreana em Portugal, perceber a importância da *Korean Wave*, conceito que aprofundarei mais à frente, no processo de divulgação e perceber através de que meios é que o contacto com a cultura coreana é feito.

Estratégia Metodológica

Para poder cumprir estes objetivos foi essencial selecionar as ocasiões e a amostra onde se encontra a informação que procuro e quais os métodos a utilizar para obter tal informação.

A pesquisa dividir-se-á em dois ramos principais: aprendizagem da língua coreana e eventos relacionados com cultura coreana.

Na investigação relativa à aprendizagem de língua tive em conta quatro instituições que se dedicam ao ensino da língua coreana em Lisboa: o Instituto de Língua da Universidade Nova; a Faculdade de Letras de Lisboa – FLUL; o Instituto King Sejong Lisboa; a Escola Coreana do Lumiar. A decisão de prosseguir com uma investigação ao nível do estudo da língua provém da convicção de que o estudo de uma

língua é uma porta para a compreensão da cultura associada à língua em questão, sendo por isso indissociáveis uma da outra.⁶

A nível dos eventos considerei quatro eventos que dividi em duas categorias: eventos que promovem o conhecimento geral sobre a Coreia do Sul e as suas tradições (Semana da Coreia do Museu do Oriente, *Quiz on Korea*, *Homecoming Day*) e eventos relacionados com entretenimento e música coreana (Kpop Festival). Pode incluir-se nesta vertente da pesquisa, a dos eventos, a recolha de informação feita a nível do Departamento Cultural da Embaixada da República a Coreia do Sul e a da MyMusicTaste (plataforma *online* que permite aos fãs requisitar concertos dos seus músicos favoritos). Por sua vez, a decisão de realizar uma investigação ao nível de eventos culturais surge na sequência destes eventos serem momentos de concentração do público-alvo desta pesquisa e por serem expressões físicas e palpáveis da cultura coreana em Portugal.

Optei por uma estratégia metodológica mista. Apliquei entrevistas e questionários, sendo a informação recolhida alvo de uma análise sobretudo qualitativa, no caso das entrevistas, e uma análise sobretudo quantitativa, no caso dos questionários.

Os questionários foram aplicados ao público dos quatro eventos a analisar, um questionário diferente para cada evento, e aos alunos das quatro instituições onde é possível aprender coreano, aqui utilizando o mesmo questionário para todos. No total resultaram cinco questionários diferentes. Optei por questionários devido ao expectável número elevado de inquiridos nas situações mencionadas acima.

Os questionários relativos ao *Quiz on Korea* e ao *Kpop World Festival* e à aprendizagem de coreano foram realizados *online* através da plataforma *Google Forms*. Os restantes questionários, da Semana da Cultura Coreana e do *Homecoming Day*, foram presenciais como irei explicar nos capítulos dedicados à investigação nos eventos.

Optei também por realizar entrevistas a três personalidades que considerei terem um conhecimento privilegiado em diferentes áreas, mas todas elas relacionadas de algum modo com a presença da cultura coreana em Portugal. São eles Jin Sun Lee, coordenadora cultural da Embaixada da República da Coreia do Sul⁷, Martim Mónica,

⁶ “Terá uma nação [...] algo mais precioso do que a língua dos seus pais? Nela reside todo o seu universo de tradição, da história, da religião, dos princípios da existência; todo o seu coração e alma” (Berlim, 1999)

⁷ Guião da entrevista no anexo A.

tour manager da MyMusicTaste⁸ e Pedro Correia, professor da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa⁹ (FLUL).

A principal razão para a execução destas entrevistas foi procurar outras perspetivas para além da minha. Ideias que me permitissem avaliar o fenómeno da implantação da cultura coreana em Portugal numa visão que não fosse somente proveniente da minha opinião pessoal e observação empírica. Preferi realizar entrevistas semiestruturadas. Este tipo de entrevista, por não ter guião impositivo, permite que o entrevistado partilhe experiências que podem ir além das questões colocadas. Seria muito difícil elaborar questões que dessem acesso a toda a informação que o entrevistado pode dar. Deste modo, o mesmo também pode ajudar na seleção da informação relevante para a pesquisa.

A pesquisa realizada, quer a nível da aprendizagem da língua quer de eventos, foi realizada em Portugal continental, mais especificamente no distrito de Lisboa. Assim, embora no contexto geral se faça referência à cultura coreana em Portugal, os dados dão maioritariamente provenientes da zona centro do país.

Organização da Dissertação

A dissertação encontra-se dividida em seis capítulos. No primeiro capítulo serão definidos e relacionados os principais conceitos necessários à compressão do fenómeno em estudo, a *Korean Wave*. Em conjunto com a definição desta será possível encontrar a definição de globalização, consumo transcultural e hibridação cultural.

O segundo capítulo irá relacionar a *Korean Wave* com as várias vertentes que contribuem para o crescimento deste fenómeno e as áreas que são directamente afetadas pelo mesmo. Ou seja, as políticas culturais e económicas que contribuiriam para a promoção da *Korean Wave*, o papel das tecnologias e redes sociais, a influência no turismo e as razões do sucesso e aceitação da *Korean Wave* num panorama geral.

Por sua vez o terceiro capítulo será uma exposição da realidade portuguesa no que toca ao consumo de cultura coreana na forma de educação, eventos e também da sua representação nos meios de comunicação.

⁸ Guião da entrevista no anexo B.

⁹ Guião da entrevista no anexo C.

Nos capítulos quatro e cinco será exposta respetivamente a investigação feita ao nível da aprendizagem de coreano em Portugal e ao nível dos eventos relacionados com cultura coreana em Portugal.

Utilizando a informação recolhida durante a fase de investigação, capítulos quatro e cinco, no capítulo seis irá fazer-se a justaposição das duas realidades investigadas, o estudo da língua coreana e os eventos da cultura coreana e averiguar as suas afinidades.

Finalmente serão apresentadas as conclusões reunidas ao longo do trabalho de investigação bem como as respostas às questões de partida da dissertação.

CAPÍTULO I – COMPREENDER A KOREAN WAVE

As temáticas da cultura coreana e da *Korean Wave* em Portugal são questões que ainda não foram abordadas numa perspetiva académica. Talvez por serem fenómenos recentes e que ainda se encontram em desenvolvimento. No entanto, não é difícil encontrar pesquisas académicas que recaem sobre o tema da cultura popular coreana noutros cenários. Também há que considerar que antes da *Korean Wave* já tinha havido diferentes “ondas” a atravessar continentes. Nos anos 60 os Beatles lideraram a invasão cultural britânica e nos anos 90 a série de anime (animação japonesa) Pokémon foi responsável por o que alguns autores chamaram “japanmania” (Molen, 2014).

Embora os mecanismos de difusão destes diferentes fenómenos culturais possam partilhar semelhanças com o que aqui é pensado, procurei focar-me naquilo que contribui para a disseminação da cultura coreana.

No artigo “South Korean Culture Goes Global: K-Pop and the Korean Wave” (Kim & Ryoo, 2007) os autores procuram novas razões inexploradas por detrás do sucesso da *Korean Wave* no continente asiático, para além daquelas geralmente referidas: proximidade cultural, herança histórica e cultural, experiência de uma globalização rápida e simultânea com o desenvolvimento das tecnologias de informação na Coreia do Sul. (Kim & Ryoo, 2007)

Neste artigo, a definição de *Korean Wave* proveniente da Organização de Turismo Coreana, apesar de já ser um conceito que inclui “todas as coisas coreanas incluindo a gastronomia e a língua” (Kim & Ryoo, 2007, tradução literal) circunscreve-se apenas ao continente asiático. No entanto, actualmente, a página oficial do governo coreano a definição já inclui “outras partes do mundo”¹⁰.

Porém recentemente parece ter surgido uma nova interpretação do fenómeno da *Korean Wave*. Esta divide aquela que é considerada a primeira vaga da *Korean Wave* e a segunda vaga, a que alguns autores intitularam *Hallyu*¹¹ 2.0.

A expansão geográfica da popularidade da *Korean Wave* veio dar uma nova perspetiva ao fenómeno que já não pode ser somente explicado pelo conceito de proximidade cultural (Huang, 2017).

¹⁰ <http://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>, consultado a 11 de Dezembro 2017

¹¹ Hallyu é a romanização de “한류” em coreano, que quer dizer Korean Wave

A primeira vaga da *Korean Wave* (1997-2007) e a *Hallyu 2.0* (2008-presente) diferem em vários pontos. Enquanto a *Korean Wave* original tinha como força motriz os dramas coreanos a nova vaga apoia-se sobretudo no Kpop, videogames e animação. As tecnologias disponíveis na primeira *Korean Wave* limitavam-se aos jogos online enquanto agora pode contar com as redes sociais e tecnologias da comunicação. As regiões de disseminação também variam. Se no início a *Korean Wave* se manteve no Leste Asiático a *Korean Wave 2.0* estendeu-se a toda a Ásia, à Europa e às Américas. A idade dos consumidores é também um fator de diferença, sendo os consumidores da nova *Korean Wave* jovens até à casa dos 20, em contraste com a facha etária dos 30 aos 40 que assistia aos dramas coreanos na televisão no final dos anos 90. (Huang, 2017)

A *Korean Wave 2.0*. refere-se à nova era da dispersão da *Korean Wave* que se estende para lá do continente asiático com níveis de popularidade exponenciais. Esta nova versão coincide com a entrada da mesma no mercado ocidental e com a criação da *K-pop fandom*¹². Também se caracteriza pelo papel de peso das redes sociais na produção e consumo da mesma. Neste caso as redes sociais em destaque são aquelas orientadas para a participação dos utilizadores (como o Facebook, o Youtube, o Instagram e o Twitter). Redes que permitem aos utilizadores cooperarem na produção de conteúdos. (Jin & Yoon, 2016).

1. KOREAN WAVE

Numa versão extremamente sintetizada o fenómeno da *Korean Wave* pode resumir-se a exportações de cultura popular Sul Coreana (Kim & Ryoo, 2007).

A definição de *Korean Wave* que encontramos na página oficial do governo da República da Coreia do Sul (korea.net) diz que se trata de um termo utilizado para fazer referência à popularidade dos produtos culturais e de entretenimento coreanos pela Ásia e outras partes do mundo. É também mencionado que, para além da cultura pop, a *Korean Wave* alberga agora a cultura tradicional coreana, a gastronomia, a literatura e a própria língua.¹³

¹² Nome dado à comunidade de fãs da música pop coreana

¹³ <http://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>, consultado a 11 de Dezembro 2017

É de notar que os alicerces da *Korean Wave* têm origem nas características culturais tradicionais coreanas. Os coreanos têm mantido sempre uma grande afinidade e relação com a música e a dança (Jang & Paik, 2012).

O termo *Hallyu*, que se traduz em *Korean Wave* não foi, curiosamente, inventado pelos coreanos. Este termo foi utilizado pela primeira vez pela imprensa chinesa, em 1997, para descrever a crescente popularidade da cultura coreana na China que teve início no final dos anos 90 (Lee, 2015).

Esta popularidade resultou, inicialmente, do estabelecimento de relações diplomáticas, em 1992, entre a Coreia do Sul e a China, o que permitiu que houvesse um maior fluxo de conteúdos culturais entre os dois países. Em 1997, uma estação televisiva chinesa exibiu um drama coreano “A Wish Upon a Star”¹⁴ que se tornou num sucesso instantâneo. Este é o momento considerado como o verdadeiro nascimento da *Korean Wave* (Kim & Ryoo, 2007). A partir daí, não só os dramas coreanos passaram a dominar a atenção e as televisões chinesas, como se abriram as portas a outras componentes da cultura popular coreana, em particular a música. Concertos de K-pop ajudaram a manter e impulsionar a *Korean Wave* na China (Kim & Ryoo, 2007).

Mas a China não foi o único país ao qual a “onda coreana” deu à costa. A *Korean Wave* atravessou o Mar do Leste e chegou ao Japão em 2003, com a emissão do drama “Winter Sonata”. O primeiro drama coreano a passar no Japão teve um sucesso estrondoso e é geralmente reconhecido como impulsionador da *Korean Wave* no país (Kim & Ryoo, 2007). Por sua vez o K-pop foi o responsável pelo início da *Korean Wave* no Taiwan (Kim & Ryoo, 2007).

Este início da *Korean Wave* é relativo apenas à primeira vaga da mesma. A segunda vaga, *Korean Wave 2.0*, desenvolveu-se em parte devido às relações políticas-militares e económicas-militares entre a Coreia do Sul e os Estados Unidos (Molen, 2014).

De um modo mais abrangente pode dizer-se que se trata de um fenómeno cultural que se expressa numa vontade de adotar e consumir elementos da própria cultura popular coreana que inclui dramas, música, filmes e videojogos (Lee, 2015). Não se trata de um fenómeno estático, mas sim de algo que tem evoluído. Para além das áreas já referidas podemos ainda adicionar a moda, o turismo e por fim a própria Coreia. (Kim & Ryoo, 2007).

¹⁴ Este drama conta a história de dois homens ricos que lutam pelo afeto de uma mulher de classe social inferior à sua

Apesar das várias novas vertentes que a onda coreana arrasta consigo é seguro dizer que os pilares da mesma são os dramas, filmes e música coreana, em particular o kpop (música pop coreana). Estes pilares funcionam geralmente como portas de entrada para todas as outras esferas culturais e são o cerne da *Korean Wave*.

2. GLOBALIZAÇÃO

Tendo em conta a natureza do fenómeno da *Korean Wave* é possível enquadrá-la dentro de um fenómeno maior que ultrapassa as dimensões da mesma e que, por sua vez, a tornou, e continua a tornar, possível: a globalização.

A *Korean Wave* trata-se de um processo de difusão cultural para o exterior do país de onde os produtos culturais têm origem. Por sua vez esta difusão é um exemplo interessante do fenómeno da globalização.

Utilizo aqui globalização na perspetiva de Waters (1999) que a define como “um processo social através do qual diminuem os constrangimentos geográficos sobre os processos sociais e culturais, e em que indivíduos se consciencializam cada vez mais dessa redução” (Waters,1999: 3).

Na sua procura de uma definição para globalização, Waters (1999) idealiza como será o mundo perfeita e totalmente globalizado. O cenário descrito pelo autor não é de todo difícil de idealizar. Muito pelo contrário. O autor refere por exemplo que “num mundo globalizado, não saberemos prever as práticas e as preferências sociais a partir da localização geográfica” (Waters, 1999:3); e aquilo que me pareceu mais interessante por ser um fenómeno cada vez mais presente e verdadeiro: “podemos esperar que as relações entre pessoas que vivem em lugares distantes se estabeleçam tão facilmente quanto as das pessoas que vivem próximas umas das outras” (Waters, 1999:3). No mundo em rede em que vive uma grande parte do planeta, as amizades, as relações que se estabelecem, os conteúdos que se consomem já deixaram de ser limitados pelo espaço e até pelo tempo.

Considere-se que a globalização sempre existiu, embora não de forma linear. Não é difícil de concluir que este processo está há muito presente na história da humanidade. Aquilo que apelidamos de expansão europeia na época Moderna não é na verdade um processo de globalização? A “Globalização é, no mínimo, contemporânea da modernização e tem evoluído desde o século XVI [...] e está atualmente na fase mais rápida do seu desenvolvimento” (Waters, 1999: 59).

Com o avanço da modernidade surge uma globalização mais equipada e em constante expansão. Os *mass media*, a internet e as redes sociais vieram diluir fronteiras e permitir que os fluxos de informação circulem com grande velocidade. Os fluxos culturais ocorrem agora uma velocidade que não se prevê que desacelere tão cedo. Aliás o oposto estará mais perto da realidade.

A *Korean Wave* foi um fenómeno que beneficiou desta globalização modernizada. A península Coreana deixou de estar limitada pelas suas fronteiras graças aos poderes de conexão da globalização.

3. CONSUMO TRANSCULTURAL

Se se considerar a globalização como o processo que permite a ocorrência de fluxos de informação, neste caso culturais, podemos olhar para o consumo transcultural como o resultado desta disseminação. O consumo transcultural trata-se do consumo de produtos de origem exterior, de uma cultura diferente, ao local onde são consumidos. O consumo cultural é assim, ao mesmo tempo, uma consequência da globalização e parte do processo da globalização.

A fase moderna da globalização em que a sociedade se encontra com o desenvolvimento dos meios mediáticos digitais tem permitido que novas conexões sejam formadas. Pessoas de diferentes panoramas culturais partilham uma mesma realidade como resultado do fluxo transnacional de culturas, informação, ideias e imagens (Jin, 2011) . Aquilo a que Waters (1999) chamou cultura globalizada. Esta cultura globalizada acontece quando os fluxos culturais “ligam entre si nichos culturais que anteriormente se apresentavam isolados e homogéneos, obrigando cada um a relativizar-se em relação aos demais [...] absorção de elementos de outras culturas” (Waters 1999: 121).

Esta cultura e o modo como é consumida participam na construção de uma “cidadania transcultural” (Jin, 2011). Este termo refere-se à maneira como a cidadania cultural, a identidade cultural, tem sido transformada devido ao contacto e consumo de novos estilos de vida além-fronteiras (Jin, 2011) Esta “cidadania transcultural” possui a capacidade de alterar as práticas de consumo resultando assim num consumo transcultural por parte da sociedade modernizada.

O caso da *Korean Wave* trata-se assim de um exemplo de consumo transcultural. O próprio conceito de *Korean Wave* implica um consumo de produtos culturais coreanos por parte de indivíduos de outras culturas.

4. HIBRIDAÇÃO CULTURAL

Quando se fala de consumo transcultural é preciso ter em mente que a interação de culturas não se trata de um processo estático. Ou seja, os agentes culturais ao interagirem com um novo ambiente vão-se moldando a este e, por sua vez, o ambiente também é moldado pelos agentes. Os consumidores vão transformando à sua imagem os produtos culturais externos à sua própria cultura (Ryoo, 2009).

A hibridação tem-se tornado numa característica universal nas tendências de produção e consumo cultural devido à globalização e localização das indústrias culturais. A globalização, em particular no que toca à cultura pop, produz uma forma de hibridação imprevisível, fluída e criativa (Ryoo, 2009).

Hibridação cultural pode ser vista como uma forma de resiliência à luz de uma invasão cultural ou de uma homogeneização global. A hibridação cultural demonstra a capacidade daqueles que estão expostos a novas culturas de as incorporarem na sua vida. Isto sem abdicarem do que já possuíam, nem destruir, na totalidade, aquilo que recebem de novo (Huang, 2011). Não se trata simplesmente de um fenómeno de assimilação mas sim de construção.

Também é possível olhar para a hibridação cultural numa perspetiva de hibridação estratégica (Huang, 2011). Ou seja, reestruturar certos produtos culturais para que sejam aceites mais facilmente e provoquem um menor choque cultural. Resultando numa maior probabilidade sucesso dos mesmos produtos em meios externos aos de produção.

A *Korean Wave* pode ser considerada um produto de hibridação cultural. Representa uma fusão de tradições culturais coreanas e de culturas ocidentais, em particular influências americanas. Combina a modernidade do ocidente com o sentimentalismo asiático (Jang & Paik, 2012).

Assim, não se deve olhar para a *Korean Wave* como uma simples forma de rejeição da cultura ocidental, mas sim como o resultado da interação e assimilação cultural (Kim & Ryoo, 2007). Como um novo híbrido de cultura popular com elementos do Ocidente e do Oriente (Kim & Ryoo, 2007).

O processo de hibridação cultural da cultura popular ocidental, que resulta numa versão “coreanizada”, cura os seus conteúdos para o público asiático tornando-os mais aceitáveis e compreensíveis (Ryoo, 2009). Assim a cultura pop sul-coreana é agora passível de criar afinidades com a China e outros países asiáticos mantendo, simultaneamente, um grau de ocidentalização suficiente para mediar informação entre o Ocidente e o continente asiático (Ryoo, 2009).

A mistura entre a cultura ocidental e a cultura oriental presente na nova vaga da *Korean Wave* permite que as audiências sejam expostas a ambas as culturas. Não é nem demasiado tradicional, nem demasiado desconhecido. O que facilita a sua aceitação. Por exemplo a maioria dos entrevistados num artigo que estudava os fãs da *Korean Wave* na América do Norte (Jin & Yoon, 2016) afirmou preferirem músicas de K-pop com letra em coreano e inglês, porque tornava o conteúdo mais interessante, familiar e mais fácil de assimilar. Ou seja, a hibridação cultural acaba por ter um papel fundamental na aceitação e sucesso da cultura coreana fora da Coreia. Torna-a apelativa à comunidade internacional mas sem se desfazer da sua identidade cultural.

CAPÍTULO II – RAÍZES E RAMIFICAÇÕES DA KOREAN WAVE

1. Políticas Culturais & Económicas

A *Korean Wave* não se trata de um fenómeno inocente mas sim de algo extremamente pensado e estimulado por políticas culturais do governo sul-coreano. Apesar da minha pesquisa não recair especificamente sobre as políticas culturais associadas à *Korean Wave* esta é uma faceta que não pode ser negligenciada.

Nas palavras do professor Pedro Correia, responsável pela cadeira de História Coreana da FLUL:

“ O K-pop não é algo néscio. É algo que é muito apoiado. A partir da crise económica sul-coreana da década de 90 tudo é repensado e pensa-se numa tipologia de produto que possa ser mais resistente a conjeturas económicas, que seja mais absorvível pelos grandes mercados globais e isso é uma cultura de entretenimento audiovisual. E aposta-se no K-pop que, como se sabe, resulta. Primeiro é uma forma de cativar a atenção de gerações mais jovens e depois levá-las a um maior interesse pela própria Coreia”¹⁵

No final dos anos 90 houve uma mudança de atitude da parte do governo coreano em relação à cultura e à indústria cultural. Passaram a ser vistas como essenciais para o desenvolvimento económico e não apenas como mecanismos de preservação da identidade nacional (Kwon & Kim, 2014). Desde então, e até aos dias que correm, o Estado coreano tem aumentado exponencialmente o orçamento para a promoção das indústrias culturais. Durante este período o alvo das políticas culturais foi sendo alterado passando das artes para a cultura popular e desta para “conteúdos criativos” (Huang, 2017).

Em 1994 foi estabelecida a agência de indústria cultural para promover a indústria mediática no panorama global. Grandes empresas privadas como a LG, Hyundai e a Samsung foram incentivadas a investir na indústria cinematográfica e televisiva (Huang, 2011). Estes são alguns dos exemplos das políticas culturais aplicadas. Medidas estas que se provaram bem-sucedidas.

¹⁵ Entrevista realizada a Pedro Correia no dia 24 de Abril de 2018 na qualidade de professor de Estudos Asiáticos da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

Desde o final dos anos 90 até à primeira década dos anos 20 todos os sectores da indústria cultural coreana viram um incremento nas exportações dos seus produtos. A exportação música coreana foi a mais marcante com o lucro da indústria musical a ter aumentado mais de 20 vezes entre 2000 e 2011 (de 8 milhões de dólares em 2000 para 196 milhões de dólares em 2011) (Kwon & Kim, 2014).

Apesar das exportações de produtos culturais resultarem em grande lucro o objetivo primário das mesmas era promover uma imagem positiva da Coreia. (Huang, 2011). Numa altura anterior à *Korean Wave* mesmo os países que se situavam na proximidade da Coreia do Sul pouco sabiam sobre o país, e aquilo que sabiam era proveniente de ideais estereotipadas. Imagens negativas que foram substituídas por uma imagem de uma Coreia *trendy*, tecnológica e contemporânea. Como nos filmes. (Ryoo, 2009) A *Korean Wave* pode ter surgido inicialmente por acidente mas acabou por se tornar num modelo de *branding* nacional particularmente bem-sucedido (Huang, 2017). Aliás a Coreia foi o primeiro país a estabelecer um conselho presidencial dedicado a coordenar esforços para trabalhar no *branding* nacional e melhorar a imagem nacional (Jang & Paik, 2012). E a cultura popular coreana surge aqui como uma poderosa ferramenta.

Algumas estratégias utilizadas pelo governo coreano passaram por comprar os direitos de vários dramas populares e distribuí-los gratuitamente por diversos países. Este tipo de estratégia provou-se eficaz e permitiu transformar a *Korean Wave* numa plataforma de marketing única (Huang, 2011).

É também importante ter em conta que as indústrias culturais não foram o único foco do governo coreano no seu projeto para o desenvolvimento económico. Foi promovido o progresso integrado das indústrias culturais com a indústria eletrónica, a indústria das telecomunicações e a indústria multimédia (Kwon & Kim, 2014). O desenvolvimento da frente das tecnologias da informação teria também um grande peso no processo de divulgação da *Korean Wave*.

2. Tecnologias e Redes Sociais

Para além de fatores já abordados para explicar a propagação da *Korean Wave* a nível global, como políticas culturais favoráveis e a qualidade dos conteúdos produzidos, é importante mencionar aquele que será um dos fatores mais essenciais a este processo: o rápido desenvolvimento das redes sociais e a sua influência na produção de produtos

culturais locais (Jin & Yoon, 2016). Especialmente tendo em mente esta “nova” *Korean Wave* que começou por volta do final da primeira década do século XXI. A criação do *Facebook*, do *Youtube* e primeiro *smartphone* (iPhone) só aconteceu em 2004, 2005 e 2007, respetivamente. É assim possível assumir que a criação deste novo modo de interagir *online* está de algum modo relacionada com a “explosão” da cultura pop coreana (Jin & Yoon, 2016). “Gangnam Style” só se tornou viral e numa sensação mundial por causa da partilha do vídeo no *Youtube* e no *Twitter*.

A partir de 2000, a *Korean Wave* difundiu-se por todo o globo através da internet e das redes sociais (Jang & Paik, 2012). Graças às tecnologias digitais culturas locais podem agora chegar aos cantos mais remotos, desde que estes se encontrem em rede. Plataformas como a internet e a televisão por satélite permitiram a chegada da cultura coreana ao Médio Oriente, Europa e não só (Jang & Paik, 2012).

Não é de estranhar, então, que o governo sul-coreano tenha apostado no desenvolvimento das tecnologias de informação e na produção de dispositivos informáticos como *smartphones* e *tablets*. E que, por consequente, uma das maiores marcas do mercados das telecomunicações, a Samsung, seja coreana.

As tecnologias da comunicação têm um papel central na questão da globalização e hibridação cultural. O surgimento destas tecnologias e de redes mediáticas permitem uma troca de informação, interação e forma de viajar mais rápida, extensiva e interdependente. Isto resulta num contacto ilimitado das culturas locais com o cenário global (Ryoo, 2009).

A *Korean Wave* é claramente dependente dos *media*, dos mais tradicionais aos digitais, no que toca à sua divulgação. A televisão foi, e continua a ser, um importante mecanismo de acesso mas as plataformas de acesso *online* têm vindo a ganhar terreno. O desenvolvimento de novas tecnologias de informação tem vindo a acelerar o processo de difusão cultural (Lee, 2015). Os meios de informação *online* são, para os apreciadores dos conteúdos programáticos coreanos, inevitáveis. Os canais que transmitem tais conteúdos são raros e sempre canais de cabo. O acesso à *Korean Wave* é, quase sempre, feito *online* em sites de partilha de vídeos e ficheiros.

O rápido crescimento de redes sociais, como o *Youtube*, o *Facebook* ou o *Twitter*, tornou possível a expansão da *Korean Wave* para além do continente asiático em direção à Europa. (Jang & Paik, 2012). Ver por exemplo os vídeos de um popular grupo coreano “Girl’s Generation”. Disponibilizados no canal de Youtube da companhia de entretenimento *SM Entertainment*, com quem o grupo é afiliado, são dos vídeos com

mais visualizações em todo o mundo. Alguns contam com mais de 42 milhões de visualizações de utilizadores por todo o globo incluindo a Tailândia, os Estados Unidos, Japão e Europa (Jang & Paik, 2012).

O Kpop com a sua forte componente visual é dos produtos culturais que mais beneficia das redes sociais, o que facilita a sua difusão a nível global. Nos últimos anos, os dramas coreanos também mudaram a sua promoção e circulação da televisão para as redes sociais (Huang, 2017). *Sites* que permitem a partilha de conteúdos vídeo (como o *Youtube*) e aparelhos móveis que possibilitam um constante acesso à informação *online* funcionam como mecanismos de descentralização de partilha de ficheiros em que os produtos culturais se difundem através de contactos interpessoais. Estas plataformas têm um papel importante na divulgação de produtos como o K-pop (Lee, 2015). São os utilizadores, os fãs, que muitas vezes melhor exploram todos estes portais de acesso e partilha. A expansão global do Kpop, deve muito aos desenvolvimentos criativos dos fãs e a ações coletivas possibilitadas pelas redes sociais como *flash mobs* e *covers* de músicas e danças (Huang, 2017).

No entanto, o uso das redes sociais não é feito somente por utilizadores singulares. A crescente popularidade destas redes não escapa à máquina da indústria musical coreana. As três maiores agências de entretenimento Sul Coreanas (YG Entertainment, SM Entertainment, e JYP Entertainment) têm tomado partido do mundo social *online*. A presença do K-pop tem aumentado no *Youtube* como resultado de mecanismos de promoção das agências para chegar aos quatro cantos do mundo (Jin & Yoon, 2016).

De um modo geral pode dizer-se que na Coreia a indústria dos *media* foi designada como uma industria estratégica de modo a estimular o sector económico (Huang, 2011).

3. Turismo

Uma das áreas onde a *Korean Wave* teve um impacto dominante foi no turismo, tendo contribuído para o aumento de turistas a visitar a Coreia (Lee, 2015). O turismo surge assim como um dos produtos e serviços adjacentes à *Korean Wave* (Huang, 2017). Outros exemplos de produtos e serviços são a cosmética, a cirurgia plástica, a moda e a língua que, por sua vez, também surgem como motivos para viajar até à Coreia.

Em 1996, antes da emissão de dramas coreanos ter começado, os turistas chineses representavam 5,4% do total dos turistas a visitar a Coreia do Sul. Esta percentagem subiu para 14.6% em 2006 (Kim & Ryoo, 2007). Este aumento pode ser atribuído ao aumento do sucesso da *Korean Wave* no país vizinho.

Mas estes não são os únicos números impressionantes. O número de viajantes com rumo à Coreia do Sul aumentou de 100,959 em 1995 para 363,122 em 2008 (Huang, 2011). De 2003 para 2004, houve um aumento significativo de turistas japoneses a visitar a Coreia do Sul e este rápido incremento coincidiu com a emissão do drama “Winter Sonata” que, como foi mencionado atrás, foi o primeiro drama coreano a passar no Japão e ao qual é geralmente atribuído o papel de ter iniciado a *Korean Wave* no país (Kim & Ryoo, 2007).

O drama coreano “Jóia do Palácio”¹⁶ também atraiu à Coreia turistas vindos do Taiwan, de Hong Kong e do Japão. Fãs do drama viajavam até à Coreia de propósito para visitar os locais das filmagens do drama histórico (Kim & Ryoo, 2007).

É, assim, possível constatar que o número de turistas a visitar a Coreia do Sul em consequência da *Korean Wave* tem tido um aumento constante. Este fenómeno cultural resulta por sua vez num aumento da compra de produtos como cosméticos, moda e de gastronomia coreana pelos turistas (Lee, 2015) estendendo os efeitos da *Korean Wave* do turismo aos padrões de consumo.

4. Sucesso e Aceitação da *Korean Wave*

Estudos iniciais sobre a *Korean Wave* (Lee, 2015), (Huang, 2011), (Kim & Ryoo, 2007), (Ryoo, 2009) atribuem o sucesso da mesma à proximidade geográfica e cultural que a Coreia do Sul partilha com a o restante continente asiático. A semelhança cultural, a existência de uma “identidade asiática”, são razões que surgem como justificação da popularidade e difusão da *Korean Wave*.

Esta teoria, embora não deixe de ser válida para os países asiáticos, não explica a popularidade do fenómeno cultural que se estendeu às Américas, Europa e aos restantes continentes (Kwon & Kim, 2014). Em estudos mais recentes (Kwon & Kim, 2014) já é proposto que a hibridação cultural, em conjunto com o fenómeno globalização e da

¹⁶ Drama histórico coreano de 2004 baseado na história verídica de uma cozinheira na era da dinastia Joseon (1392–1897) que se tornou na primeira médica real mulher

localização, seja um fator chave por detrás do sucesso da *Korean Wave* no mercado global.

Para que produtos culturais possam ser vendidos para além fronteiras, tem que existir um certo grau de hibridação. Exportações culturais pensadas para o mercado internacional raramente são culturalmente específicas de modo a que as audiências por todo o mundo se consigam identificar e projetar nos produtos (Huang, 2011).

O exemplo da *Korean Wave* em Taiwan é prova de como culturas nacionais podem vender no exterior, sem recurso a gostos comuns ou ao património nacional. Os *media* taiwaneses tiveram um papel importante ao retratar a cultura coreana como elegante e desejável, como em tempos fizeram com a cultura japonesa. Em adição, empresas, tanto locais como estrangeiras, exploraram esta tendência e promoveram o consumo de produtos coreanos, não só culturais, mas também gastronómicos e de cosmética. Aqui, uma cultura híbrida funciona como uma forma única de *marketing* transnacional e a apropriação da cultura coreana criou uma forma híbrida de consumo (Huang, 2011).

O sucesso dos produtos culturais coreanos implica que haja um certo nível de ligação emocional entre os consumidores e o produto. Para que tal aconteça é necessário que o público destes conteúdos se identifique com alguma parte dos mesmos.

Se a cultura popular ocidental é reinterpretada para se tornar mais digerível para as audiências asiáticas (Ryoo, 2009), talvez o mesmo processo seja responsável pelo fluxo de conteúdos no sentido oposto. Ao misturar elementos ocidentais com cenários orientais nos conteúdos produzidos estes tornam-se mais apreensíveis para as audiências Ocidentais.

Outra abordagem para a aceitação da *Korean Wave* pode prender-se com o facto de esta de se tratar de uma corrente cultural alternativa.

A *Korean Wave* surge como uma nova opção, uma revisão, de uma globalização cultural dominada pelos Estados Unidos (Kim & Ryoo, 2007). Pode funcionar assim como escape do *mainstream*. Talvez essa seja uma das razões que faz com que apele a certas minorias.

Para além destes fenómenos culturais e sociais penso ser importante ter em conta que o crescimento da *Korean Wave* não foi um fenómeno espontâneo, mas sim parte de um processo moroso e dispendioso desenvolvido por parte dos governos da Coreia do Sul. E, por consequente, pensado para obter a sua implantação a nível global.

Existem assim vários processos responsáveis por tornar a *Korean Wave* num fenómeno cultural propício ao desenvolvimento de conteúdos com capacidade de serem apreciados nível mundial: partilha da identidade cultural com os restantes países asiáticos, a ação da hibridação cultural e as políticas culturais do governo coreano.

No entanto, seguindo a mesma lógica do marketing e da publicidade, por melhor que seja a publicidade feita a determinado produto, se este não tiver qualidade e não agradar ao consumidor não vende.

Independentemente da maneira como os produtos são distribuídos se não agradarem ao público não há garantia de sucesso.

O êxito da *Korean Wave* pode ser atribuído à qualidade dos seus conteúdos. Veja-se o exemplo dos dramas coreanos. Segundo um estudo (Lee, 2015) os fatores de sucesso dos dramas coreanos são a elevada qualidade, a beleza, a combinação do moderno com o tradicional, histórias apelativas com uma forte componente humana e um retrato moderno dos papéis femininos e masculinos. Tudo isto em combinação com charme asiático. Tudo envolvido num véu de perfeição. Afinal a beleza é um fator grande influência na *Korean Wave* (Lee, 2015).

Os dramas coreanos são populares por diversas razões em diferentes países. As audiências ocidentais apreciam o humor refrescante, enredos fantasiosos, aquilo que se podem chamar “Conto de Fadas Modernos”. Nos Estados Unidos as audiências consideram os dramas coreanos relaxantes e alegres. Por sua vez na Europa o facto de terem enredos pouco complicados e românticos é o que atrai os espectadores (Jang & Paik, 2012).

Apesar de dramas coreanos retratarem maioritariamente um cenário que se assemelha à realidade de um país asiático, com os valores inerentes ao mesmo, os mesmos dramas continuam a encontrar uma audiência fora da Coreia, fora da Ásia. E acontece algo de idêntico com o cinema, a música.

O sucesso da *Korean Wave* não se deve assim a um único fator, mas a um conjunto de elementos. Numa fase inicial (*Korean Wave 1.0*) limitava-se à partilha da identidade cultural com os restantes países asiáticos. Com o surgimento da segunda vaga da *Korean Wave* (*Korean Wave 2.0*) a hibridação cultural passou a ter mais importância neste processo. Simultaneamente as políticas culturais do governo coreano permitiram investir na divulgação e expansão da *Korean Wave*. Finalmente à que reforçar também a importância da qualidade dos conteúdos distribuídos.

CAPÍTULO III - ATUALIDADE DA CULTURA COREANA EM PORTUGAL

Os estudos feitos sobre a *Korean Wave* até ao momento são maioritariamente focados no continente asiático ou mesmo nos Estados Unidos. Existe assim pouco material relativamente a países europeus e, de momento, nenhuma investigação publicada sobre o fenómeno da *Korean Wave* em Portugal. O que não quer dizer que este não tenha uma presença cada vez maior.

Para construir uma imagem do panorama da situação relativa à cultura coreana e à *Korean Wave* em Portugal, em adição aos questionários realizados aos alunos de coreano e nos eventos relacionados com cultura coreana, entrevistei três indivíduos que correspondem a diferentes sectores relacionados com a *Korean Wave* em Portugal: Jin Sun Lee, Coordenadora Cultural da Embaixada da Republica da Coreia do Sul, Pedro Correia. Professor do curso de Estudos Asiáticos da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa e Martim Mónica, *tour manager* da “My Music Taste” (MMT).

Deste modo foi possível recolher informações na vertente cultural e do entretenimento e do meio académico. Estes dois campos representam as esferas que são afetadas e proporcionadas pela *Korean Wave*. O professor Pedro Correia é desta mesma opinião em relação às dimensões atingidas pela cultura coreana em Portugal:

“Existe uma dupla presença da Coreia neste momento. Há uma presença académica, universitária que está relacionada com o ensino da história, da cultura, e da própria língua. Depois há uma vertente da presença coreana numa dimensão mais jurídica, aqui falamos do K-pop e na organização de festivais de K-pop”¹⁷

1. Aprendizagem da Língua Coreana

Na Universidade de Ain Shams, no Egipto, foi criado um curso de Estudos Coreanos devido à popularidade da cultura popular sul coreana (Kim & Ryoo, 2007), à semelhança do que aconteceu na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, como conta o professor Pedro Correia. Questionado sobre o que é que motivou a Faculdade concretizar as aulas de coreano, responde:

¹⁷ Entrevista realizada a Pedro Correia no dia 24 de Abril de 2018 na qualidade de professor de Estudos Asiáticos da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

“Existia procura, em primeiro lugar pelos próprios alunos de estudos asiáticos que perguntavam já há vários anos quando é que teríamos coreano. Sentimos também essa procura na Futuralia. Muitos dos jovens que vinham ter connosco [banca da FLUL] perguntavam sobre estudos asiáticos, muitos perguntavam especificamente pela Coreia. Tinham um grande gosto pelo país e queriam saber como é que podiam desenvolver o seu conhecimento e sempre a pergunta “E há língua coreana?”. Sentíamos por isso que havia um potencial de alunos que poderiam entrar em estudos asiáticos e isso também claro levou a que continuássemos a trabalhar para ter uma professora de coreano”¹⁸.

No Japão o número de universidades a oferecer estudos coreanos passou de 143, em 1995, para 335, em 2004 (Kim & Ryoo, 2007).

Em 2012 a Organização de Turismo Coreana aplicou um questionário através da página web Soompi.com (um site para fãs da *Korean Wave*) e descobriu que 41% dos 1569 fãs da *Korean Wave* americanos inquiridos estudavam coreano. Por sua vez, 16% experimentaram comida coreana depois de terem assistido a dramas coreanos. (Molen, 2014).

Não se trata, então, de um fenómeno isolado. Existe uma correlação entre o gosto pela cultura coreana disponibilizada pela *Korean Wave* e a decisão ou vontade de aprender a língua coreana.

Assim a *Korean Wave* funciona como porta de entrada para o estudo da língua coreana. Estudo este que, por sua vez, abre portas a uma melhor compreensão e conhecimento sobre novos aspetos culturais da Coreia.

Entrevistado para a reportagem “A Onda K” o professor Kang, um dos professores mais antigos de coreano em Portugal e responsável pela maioria das aulas oferecidas pelo Instituto Rei Sejong, fala do crescimento da afluência de alunos nos últimos anos. Conta que foi a partir de 2010 que começou a haver um maior interesse em aprender coreano. E este tem crescido. O Instituto Rei Sejong oferece de momento 8 cursos e conta com cerca de 70 alunos no total.¹⁹

¹⁸ Entrevista realizada a Pedro Correia no dia 24 de Abril de 2018 na qualidade de professor de Estudos Asiáticos da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

¹⁹ Informação obtida na entrevista do Professor Kang dada à SIC quando da grande reportagem “A Onda K” emitida a 28 de Março de 2018

Outro instituto que se encontra representado na reportagem é a Escola da Comunidade Coreana. É a escola de coreano mais antiga em Portugal. Abriu na década de 80 e começou por receber apenas filhos de imigrantes coreanos, não tendo assim sido a primeira escola a oferecer aulas de coreano ao público em geral. Foi só em 2012 que começou a receber alunos sem a nacionalidade coreana. De momento é um dos quatro locais onde, em Lisboa, se pode aprender coreano e sobre cultura coreana.

Um outro local onde tal aprendizagem é possível é a Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa (FLUL) onde leciona o professor Pedro Correia²⁰

Apesar da FLUL oferecer o curso de Estudos Asiáticos e a opção de aprender mandarim ou japonês, só recentemente passou a ser possível aprender coreano. Foi a partir do ano letivo de 2017/2018 que a FLUL passou a ter aulas de coreano depois de muito tempo a trabalhar com a Embaixada da República da Coreia do Sul e com a Fundação Coreia (Instituto coreano semelhante ao Instituto Camões). A FLUL tem agora uma professora que ficará 3 anos, até 2020, para dar os 6 níveis de língua coreana.

No entanto não era apenas a componente linguista que faltava ao curso de Estudos Asiáticos. Só recentemente é que o curso passou a ter disciplinas dedicadas somente à Coreia. Inicialmente os estudos coreanos estavam associados aos estudos do Japão. A parte coreana era uma parte quase acidental, lecionada em grande síntese.

Como reflecte o professor Pedro Correia, não podia ser assim. A relevância da cultura coreana, de modo geral, e a importância da Coreia hoje merecia um desenvolvimento diferente. Esta alteração no currículo ocorreu entre 2013 e 2014. Foi criada a cadeira “Coreia: Passado e Presente” e, em 2014, uma cadeira de cultura coreana. A Coreia está neste momento no mesmo patamar das outras áreas com uma cadeira de história, de cultura e finalmente com o ensino da língua.

As aulas de coreano apesar de recentes são extremamente populares. Aquando das inscrições *online* para as aulas havia alunos à espera da meia-noite para se inscreverem. Houve até alunos de Estudos Asiáticos que se quiseram inscrever e já não o conseguiram. As inscrições tiveram de ser fechadas, a pedido da professora de coreano, tendo chegado aos 55 alunos inscritos para o primeiro nível de coreano.

Dada a posição privilegiada do professor Pedro Correia procurei saber a sua opinião sobre o desejo por de trás de querer saber mais sobre a Coreia e sobre o

²⁰ Entrevista realizada a Pedro Correia no dia 24 de Abril de 2018 na qualidade de professor de estudos asiáticos da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

fenómeno do K-pop. Na sua opinião, parecer que partilha com vários dos seus colegas, o que acontece muitas vezes, é que muitos dos jovens adquirem o seu gosto inicial pela Coreia através do K-pop. Depois querem aprender mais sobre o país e, primeiro do que tudo, querem aprender a língua. Esse fio do K-pop, que é uma cultura popular de massas, leva depois a que muito desses rapazes e raparigas, muitas vezes, ainda no secundário, queiram saber mais sobre a Coreia.

Relativamente ao K-pop refere que é importante não esquecer que se trata de um fenómeno resultante de políticas culturais e económicas agressivas. É uma forma de cativar a atenção de gerações mais jovens e depois levá-las a um maior interesse pela própria Coreia. Quantos jovens não começaram por gostar de K-pop (ou de dramas coreanos, de cinema coreano) e agora querem estudar a língua coreana, querem ir estudar para a Coreia. O que é interessante também é que toda esta cultura de audiovisual acaba por ser um espelho daquilo que são as indústrias tradicionais. Há uma promoção da indústria do vestuário coreano que é fortíssima, promoção da indústria cosmética, automóvel.

É através da “onda coreana” que depois nasce o interesse pela Coreia. O que não é uma estratégia inocente mas sim apoiada pelos próprios poderes públicos, pelo Estado sul-coreano.

Esta aposta na difusão cultural é pensada pelo Estado Coreano como elemento fundamental da expansão económica coreana que utiliza a *Korean Wave* como um meio de chegar a uma audiência que de outro modo seria difícil de cativar.

Em relação àquilo que será o futuro da cultura coreana em Portugal, tendo em conta que o conhecimento da Coreia tem acelerado depressa nos últimos anos pensa que a tendência seja para crescer e consolidar.

Relativamente à FLUL o projeto é aumentar o número de eventos associados à Coreia, para além da do Dia da Coreia, que ocorre durante a semana cultural asiática realizada anualmente pela faculdade, e, eventualmente, ter os seis níveis de coreano a serem lecionados.

Apesar de esta ser a realidade de uma só Universidade é possível extrapolar que os interesses dos jovens que frequentam as aulas de coreano desta faculdade reflectem, com algum grau de probabilidade, os interesses dos estudantes de coreano em geral, em Portugal. Mas será possível vê-lo em maior pormenor através da análise dos questionários feitos aos alunos de coreano das quatro instituições onde foram aplicados.

2. Eventos Organizados Pela Embaixada

Embora os eventos que se realizam em Portugal, mais especificamente em Lisboa, tenham uma componente relacionada com o K-pop este não é o único protagonista dos mesmos. Os eventos organizados pela Embaixada da República da Coreia do Sul têm vindo a tornar-se mais complexos e mais populares. Todos os anos voltam a participar indivíduos que participaram em anos anteriores e chegam novos curiosos.

Utilizando a memória de Jin Sun Lee²¹ como suporte para a cronologia de eventos fiquei a saber que um dos primeiros eventos relacionados com cultura coreana organizados pela Embaixada foi em recital de piano e, posteriormente, uma exposição de pintura. Eventos que aconteceram antes de Lee se encontram à frente do Departamento Cultural da Embaixada. Portanto, antes de 2010. Aquando da organização do seu primeiro evento, em 2009, ainda não era oficialmente responsável pelo Departamento da Cultura. Tratou-se de dois *workshops* de comida coreana em Janeiro e Fevereiro de 2009 no Museu do Oriente.

Em 2012 realizou-se pela primeira vez uma eliminatória do *KPOP World Festival* em Portugal mas só através de audição por vídeo. Não houve um evento ao vivo. Em 2013, a embaixada organizou o 2.º *KPOP World Festival* em Portugal no Museu do Oriente, o primeiro ao vivo.

O ano de 2013 foi um ano importante, pois também coincidiu com a primeira Semana da Cultura Coreana. Estes dois eventos (*KPOP World Festival* e Semana da Cultura Coreana) têm-se realizado anualmente desde 2013.

Posteriormente, em 2014, realizou-se pela primeira vez, em Portugal, uma eliminatória do *Quiz on Korea* e, em 2017, realizou-se o mesmo evento, em Portugal, pela segunda vez.

Outros eventos organizados pela Embaixada incluem o Festival de Cinema Coreano, embora este não aconteça todos os anos. Em 2016 e 2017, houve possibilidade de fazer o festival, mas, contrariamente aos outros, não se trata de evento fixo anual. Para além de todos estes eventos houve também outros eventos e espetáculos ocasionais.

De ano para ano não é só a complexidade dos eventos que aumenta mas também o interesse nos mesmos e o número de participantes. Jin Sun Lee dá o exemplo das

²¹ Entrevista realizada a Jin Sun Lee no dia 12 de Março de 2018 na qualidade de coordenadora cultural da embaixada da República da Coreia do Sul

eliminatórias do *Kpop World Festival*. Os fãs estão constantemente a pedir que o evento passe para locais de maiores dimensões. Diz também que o evento tem vindo a ganhar visibilidade e importância junto do Museu do Oriente, onde costuma ocorrer.

Jin Sun Lee faz uma distinção entre o público do KPOP World Festival e a SCC. O público do *KPOP World Festival* é normalmente composto maioritariamente por elementos jovens que, posteriormente, começam a trazer familiares, amigos e depois alguma percentagem destes novos participantes começa também a gostar do evento. Até poderiam anteriormente ter algum preconceito que é ultrapassado depois de assistir ao evento. Assim, no evento de Kpop a maioria é bastante jovem com idades entre os 13 e os 20.

Por sua vez, o público da SCC é mais vasto. Mais amplo. Há atividades para adultos, jovens, crianças. No primeiro ano em que se realizou a SCC houve uma certa percentagem de reformados, visitantes habituais do Museu do Oriente, que recebem a *newsletter* e que estão muito atentos às atividades. Mas, mais recentemente, têm surgido menos reformados. O público é na maioria jovem e feminino.

No entanto, o objetivo da Embaixada é chegar a um público o mais vasto possível: jovens, adultos, idosos, crianças. “Nós queremos que a cultura coreana chegue aonde puder” foram as palavras da Coordenadora Cultural.

3. Cultura Coreana nos Meios de Comunicação Portugueses

Desde 2014 que têm saído artigos em jornais como o *Diário de Notícias* e o *Expresso* sobre os eventos relacionados com cultura coreana e sobre K-pop. Em 2017, os próprios eventos tiveram cobertura mediática. A Semana da Cultura Coreana, por sua vez, também está a ganhar mais importância. A edição de 2017 foi referida, entre outras publicações, na revista *Time Out*. Tem havido uma maior divulgação e cobertura deste tipo de eventos por parte dos *media*.

O interesse dos meios de comunicação também se fez notar recentemente com a SIC a televisionar uma reportagem, em horário nobre, sobre a *Korean Wave* em Portugal. A 28 de Março de 2018 no Jornal da Noite da Sic foi transmitida a grande reportagem “A onda K”²².

²² Grande Reportagem Sic “A Onda K” de Isabel Osório

Através desta reportagem chega-nos a realidade de um grupo de estudantes da Escola Secundária de Almodôvar no Alentejo que tem ensaios de dança de K-pop duas vezes por semana. Em 2014, uma professora mostrou a uma das suas turmas um *videoclip* de uma banda coreana, o que terá funcionado como o primeiro contacto com a indústria do entretenimento sul-coreano para alguns dos que viriam a ser membros do grupo de dança. Em conjunto com outras duas professoras, que também tinham interesse pela cultura coreana, nomeadamente pelas séries e os filmes, criaram um grupo de dança como atividade extra curricular. O grupo mantém-se ativo desde então e tem canal no *Youtube*. A composição do grupo reflete em parte aquilo que vemos nos eventos e nas aulas de coreano, elementos jovens e maioritariamente do sexo feminino cujo primeiro contacto com a cultura coreana foi feito através das redes sociais e pelo mundo da música pop coreana.

A reportagem fala-nos também de outra jovem cujo primeiro contacto que estabeleceu com o K-pop foi através do twitter onde se deparou com várias reações ao *videoclip* de uma banda coreana. Por curiosidade foi ver e gostou.

Parece-me ser fácil de ver, à luz destes eventos, o poder de divulgação da *Korean Wave* e o papel central da globalização e das tecnologias da comunicação em conjunto com as redes sociais na mesma. Um fenómeno com origem do outro lado do mundo molda agora os gostos e atividades de jovens, não só, mas também portugueses.

4. O K-Pop em Portugal

No que toca ao panorama do entretenimento sul-coreano em Portugal foquei-me em dois aspetos relacionados diretamente com o K-pop. O *K-pop World Festival* e os concertos de K-pop em Portugal. Para melhor avaliar os últimos falei com um especialista na área, Martim Mónica²³. Martim Mónica, residente de Lisboa é o único português a trabalhar diretamente com a MMT como *tour manager*.

O MMT é uma plataforma criada inicialmente em Seul, na Coreia do Sul, onde tem sede física, mas já conta com divisões nos Estados Unidos e na Europa, sendo que o Martim se inclui nesta última. Trata-se de uma “plataforma de *crowdsourcing* para

²³ Entrevista realizada a Martim Mónica no dia 25 de Janeiro de 2018 na qualidade de *tour manager* da MyMusicTaste

música e eventos ao vivo, que reúne fãs, artistas e promotores para organizar concertos em qualquer cidade do mundo”²⁴

O primeiro contacto do Martim com a MMT surgiu através de um concurso internacional lançado pela MMT em 2014 cujo objetivo era criar um plano de marketing para uma banda. Os vencedores do concurso puderam participar numa série de *workshops*, em Seul, onde aprenderam aquilo que é necessário fazer para preparar concertos e digressões. Nesta altura o Martim trabalhava para a Google.

Em 2016 começou a trabalhar esporadicamente com a MMT. Esta situação iniciou-se com a vinda a Lisboa da banda coreana “Block B” no início de 2017. Até à data em que a entrevista ocorreu já tinha sido responsável por 6 tournées de grupo de artistas coreanos (*Block B*, Março 2017; *Monsta X*, Agosto 2017; *KARD*, Setembro 2017; *FT Island*, Novembro 2017; *Dreamcatcher*, Fevereiro 2018). Embora o K-pop e a Coreia do Sul façam agora parte do seu dia-a-dia (já não sabe apontar ao certo como é que fez o seu primeiro contacto com a música coreana, mas recorda que possivelmente através do *Youtube* por volta de 2014.

O primeiro concerto de K-pop em Portugal aconteceu em Julho de 2014 organizado pela MMT. Uma audiência relativamente pequena viu atuar os “Lunafly” em Lisboa. No entanto o número de pedidos para bandas em Lisboa desde então no portal da MMT aumentou consideravelmente. Assim em 2017 houve, não um mas, dois concertos de K-pop em Lisboa. Os “Block B” em Fevereiro e os “Kard” em Setembro foram respectivamente o 2.º e 3.º grupo de K-pop a atuar em Portugal. Ambos os concertos, apesar de não terem tido lotação esgotada, contaram com uma audiência considerável e extremamente participativa. O mesmo aconteceu com o grupo feminino “Dreamcatcher” que deu o seu concerto em Fevereiro de 2018. Martim Mónica foi o responsável por trazer estes três últimos grupos a Portugal.

Relativamente à sua previsão sobre a presença da MMT em Portugal e do K-pop em geral é da opinião de que é um nicho do mercado que tem vindo a crescer exponencialmente. Embora ainda seja um mercado com um sistema de procura e oferta complicado em Portugal. Acredita que se este tipo de eventos se tornar um pouco mais *mainstream* os preços irão estabilizar. Isto permitirá preços de bilhetes mais acessíveis, atrair mais público, e consequentemente trazer mais artistas. Ressalva também que apesar de ser um sector, até a data, em constante expansão, é impossível prever o futuro

²⁴ <https://www.mymusictaste.com/about/>, consultado a 26 de Janeiro de 2018

e saber se a popularidade do mesmo continuará em crescendo ou se acabara por desvanecer.

Jin Sun Lee, Coordenadora Cultural da Embaixada, faz também uma reflexão importante sobre o papel do Kpop:

“Os fãs de cultura coreana dividem-se, normalmente, em fãs de Kpop, dramas, filmes ou aqueles que gostam “pura” cultura e que não têm muito interesse no Kpop. O Kpop não é tudo, não representa a [totalidade] da cultura coreana. O nosso objectivo é chegar a este grupo de fãs de kpop, que é maior, e introduzir, divulgar, conduzir, alguma percentagem para o mundo da cultura coreana. E tem de certo modo funcionado porque eu vejo por exemplo alguns fãs de Kpop só gostavam de cantar e de dançar, depois começam a abrir os olhos para outras coisas, querem aprender coreano, depois vão à Coreia, abrem os olhos para a cultura coreana. Eu acho que este é o caminho ideal. A nossa tarefa é esta. Quando isto acontece sinto-me realizada porque a cultura coreana não é só Kpop. Há também aqueles casos de pessoas que desde o 7º ou 8º ano que ouvem música coreana, e depois vinham até visitar a Embaixada por curiosidade e acabavam por seguir o curso de Estudos Asiáticos. Outra coisa interessante é o aumento do número de estabelecimentos que ensinam coreano. Antigamente eram só a ILnova e o Instituto Sejong mas agora já há cursos de coreano na FLUL e na Universidade do Porto. Além disso o número de pessoas a fazer o TOPIK (Test Of Proficiency In Korean) tem aumentado todos os anos.”²⁵

Em conclusão, o Kpop em Portugal tem um papel, não só na indústria do entretenimento, como na divulgação da cultura coreana em todas as suas formas, incluindo a aprendizagem da língua coreana.

Por curiosidade e para ter uma noção dos padrões de pesquisa *online* relacionados com a *Korean Wave* fiz uma pesquisa utilizando o *Google Trends*.²⁶

²⁵ Entrevista realizada a Jin Sun Lee no dia 12 de Março de 2018 na qualidade de coordenadora cultural da embaixada da República da Coreia do Sul

²⁶ Ferramenta gratuita da Google que permite saber o número de vezes que determinada palavra ou tópico foi pesquisado através do motor de busca. É possível pesquisar mundialmente, por país ou região geográfica ao longo do período de tempo que escolhermos analisar a partir de 2004

Comecei por pesquisar o termo “kpop” e ver como quando e quanto é que o mesmo foi usado desde 2004 até ao presente em Portugal por usuários do motor de busca. Escolhi este termo por estar diretamente associado à *Korean Wave*. Os resultados mostraram que a pesquisa por “kpop” apresenta um padrão de crescimento extremamente acentuado, e curiosamente Lisboa só surge no 15º lugar de interesse, estando os Açores em primeiro lugar. Procurei averiguar também a pesquisa do termo somente no *Youtube* (em vez de no motor de busca Google) e o resultado é igualmente revelador da intensificação da pesquisa por “kpop” nos últimos 10 anos.

O *Google trends* sugere também tópicos relacionados com os termos pesquisados. Entre os tópicos, a maioria sendo bandas coreanas encontrava-se também a língua coreana.

O tópico de pesquisa “korean dramas” para Portugal desde 2004 revela também um aumento progressivo sendo os valores parciais correspondentes a Dezembro de 2017 os mais elevados até à data (Janeiro 2018).

De um modo geral é possível constatar que o K-Pop tem vindo a ter um maior destaque e presença nos últimos anos em Portugal. Embora não seja possível fazer previsões certas relativamente ao desenvolver da situação no futuro é claro que tem havido um crescendo na popularidade e visibilidade do K-Pop em Portugal. Visibilidade que se faz sentir a nível de eventos como o *KPOP World Festival*, em concertos de artistas coreanos e nas redes sociais.

CAPÍTULO IV – FALAR COREANO EM PORTUGAL

Quando em 2014 tomei a decisão de começar a aprender coreano uma pesquisa rápida no Google indicou-me que o poderia fazer na ILNova, o instituto de línguas associado e sediado na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH) da Universidade Nova de Lisboa, que oferece aulas de coreano desde 2012.

Com o decorrer do tempo e depois de participar em alguns eventos relacionados com cultura coreana tomei conhecimento dos outros institutos onde era possível aprender a língua coreana. O Instituto Rei Sejong e a Escola de Coreano. Mais tarde, em 2017, a Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa (FLUL) passou também a oferecer aulas de coreano.

A ILNova e a FLUL são, respetivamente, um instituto de línguas e uma universidade, não sendo a missão principal de nenhuma das instituições a divulgação da cultura e língua coreana. Contrariamente ao Instituto Rei Sejong e à Escola Coreana que foram criados com essa intenção específica em mente.

O propósito principal da investigação ao nível dos estudantes de coreano foi compreender as razões que os levaram a aprender a língua, do mesmo modo que quis saber o que levava o público dos eventos sobre cultura coreana aos mesmos.

Para fazer este questionário²⁷ utilizei a plataforma *Google forms* porque a realização dos questionários *online* garantir-me-ia que conseguiria chegar ao maior número possível de pessoas da maneira mais eficaz. Seria incomodativo para os professores e alunos ir repetidamente a todas aulas, de todos os níveis, em todas as instituições onde existem aulas de coreano e aplicar o questionário presencialmente para garantir que chegava a todo o meu público-alvo.

Disponibilizando o questionário numa plataforma *online* não perturbei nenhuma aula e garanti que cheguei à maioria dos alunos, que poderiam não ter ido à aula em que aplicaria o questionário por exemplo. Optei assim por contactar diretamente professores ou alunos das diversas instituições e estes por sua vez partilharam o questionário com os seus alunos e colegas respetivamente.

Para este questionário obtive um total de 66 respostas de alunos de quatro instituições diferentes localizadas na área da grande Lisboa.

²⁷ Questionário integral no anexo F

A média da idade dos alunos de língua coreana inquiridos foi de 22 anos. Tendo o mais novo 18 anos de idade e o mais velho 54. A idade com maior incidência foram os 19 anos.

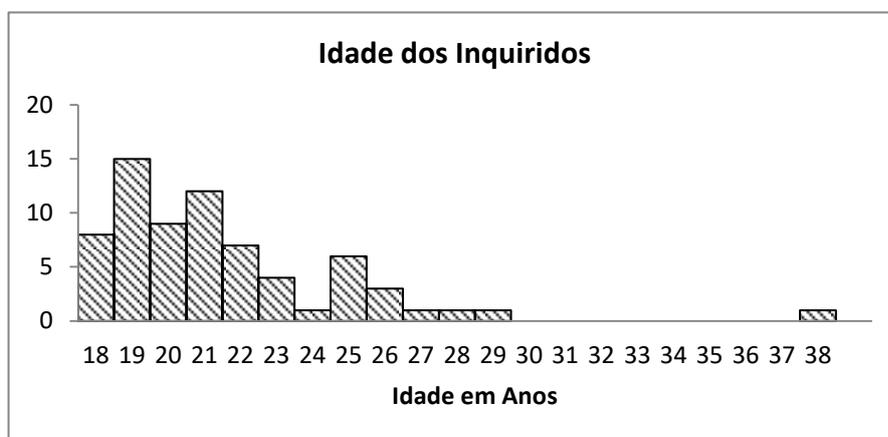


Gráfico 1 - Idade dos inquiridos no questionário aos alunos de língua coreana

Trata-se assim de um público em geral jovem e maioritariamente do sexo feminino, que reside todo no centro do país, sendo a maioria de Lisboa.

Com a exceção de um aluno que frequentava o 9.º ano de escolaridade, o grau mais baixo e mais frequente de escolaridade entre os alunos de coreano foi o 12.º ano, seguido da licenciatura. Apenas um quarto dos inquiridos não era estudante, havendo 10 a trabalhar a tempo inteiro.

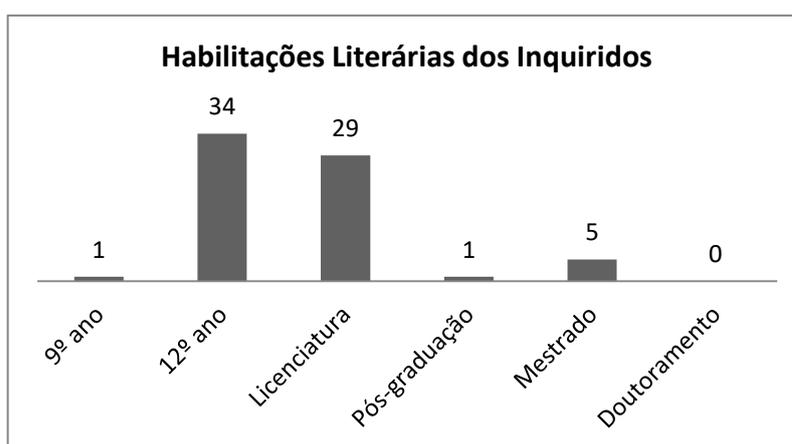


Gráfico 2 - Habilitações literárias dos inquiridos no questionário aos alunos de língua coreana

Apesar de ter havido uma distribuição minimamente uniforme de respostas dos diferentes institutos os mais representados foram a FLUL e a ILNova. Possivelmente devido ao grande número de alunos que existem a estudar coreano na FLUL e de a

ILNova ser o instituto que frequentei e, por consequente, ser mais fácil obter a cooperação dos possíveis inquiridos.

As razões que mais se destacam para justificar o início da aprendizagem da língua são o interesse por música e dramas coreanos. Seguindo-se as oportunidades de trabalho, razões académicas e também o gosto por programas de *reality tv* e filmes coreanos. Muitas das respostas incluídas na categoria de outras podem ser agrupadas na categoria de “gosto por cultura coreana”.

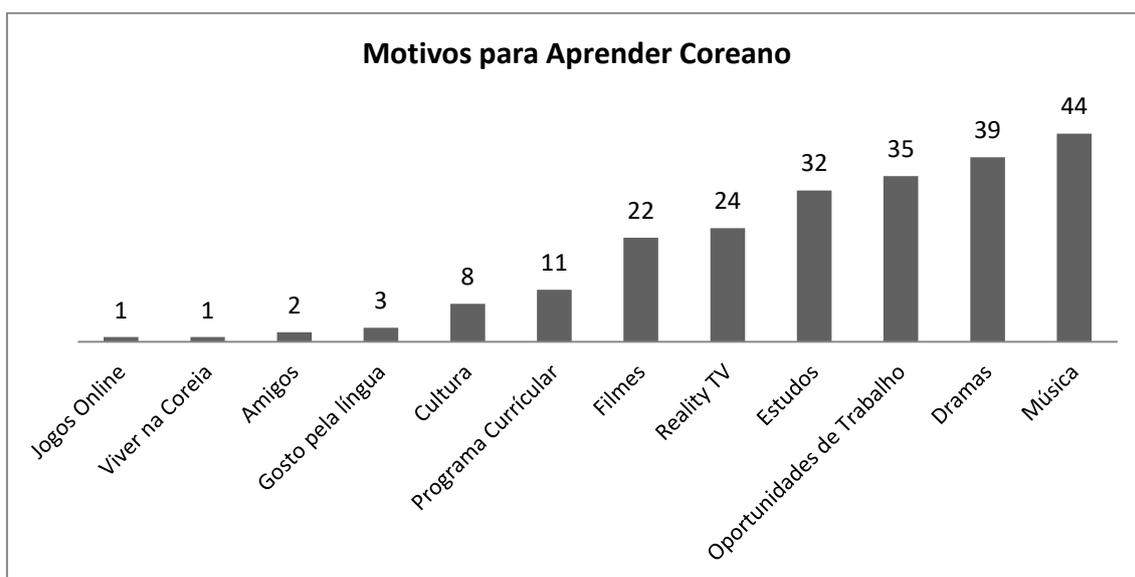


Gráfico 3 - Habilitações literárias dos inquiridos no questionário aos alunos de língua coreana

A maior parte dos inquiridos começou a estudar coreano no ano de 2017 e mais de 90% tenciona continuar a aprender. Apenas 7 dos alunos inquiridos fizeram o exame internacional de coreano (TOPIK), e desses 7 alunos um obteve nível 1 e os restantes o nível 2 em 6. Em adição cerca de metade dos alunos tenciona (re)fazer o exame. A principal razão assinalada foi a aquisição de competências, seguida do desejo de estudar ou trabalhar na Coreia do Sul.

A grande maioria dos alunos já participou em eventos relacionados com cultura coreana. Os eventos mais populares foram concertos e o dia da Coreia da FLUL. Em segundo lugar ficou a Semana da Cultura Coreana e em terceiro o *Homecoming Day*, seguido pelo *Kpop World Festival*.

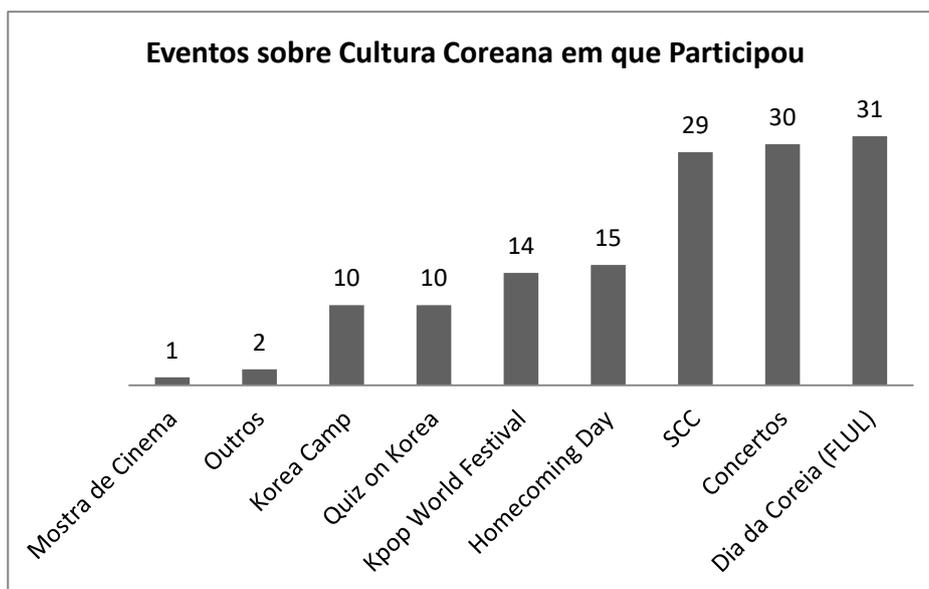


Gráfico 4 - Eventos em que os inquiridos no questionário aos alunos de língua coreana tomaram parte

A grande maioria dos inquiridos foi da opinião que os eventos sobre cultura coreana têm vindo a tornar-se mais populares e deveriam existir mais eventos deste cariz.

Para mais de 60% dos participantes o primeiro contacto com produtos culturais coreanos foi feito através da música, estando os dramas coreanos em segundo lugar. Os jogos *online*, programas de *reality tv* e filmes coreanos surgem também como formas de contacto relevantes. Por sua vez, este primeiro contacto fez-se principalmente, e em igual percentagem, através das redes sociais e de amigos que já tinham um interesse em cultura coreana.

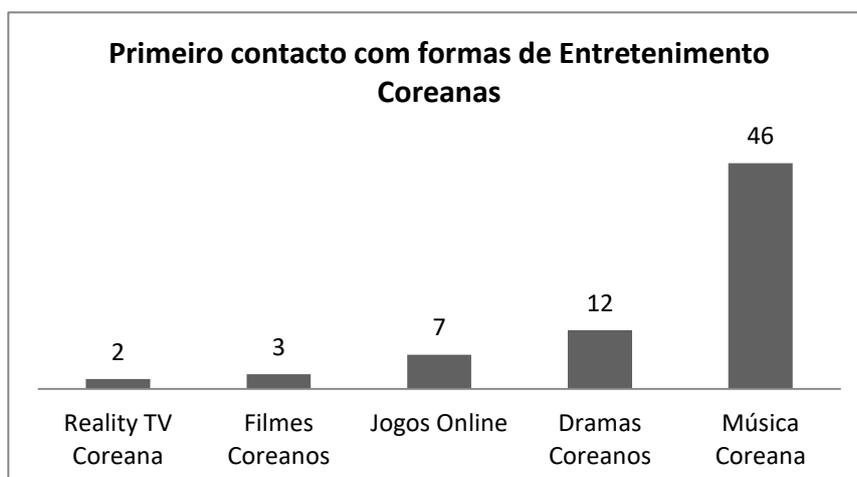


Gráfico 5- Primeiro contacto com produtos culturais coreanos pelos inquiridos no questionário aos alunos de língua coreana

A razão pela qual os inquiridos se interessaram por cultura coreana com maior expressão é o interesse em música coreana ficando os dramas, os programas de *reality tv* e filmes coreanos em segundo, terceiro e quarto lugar respetivamente.

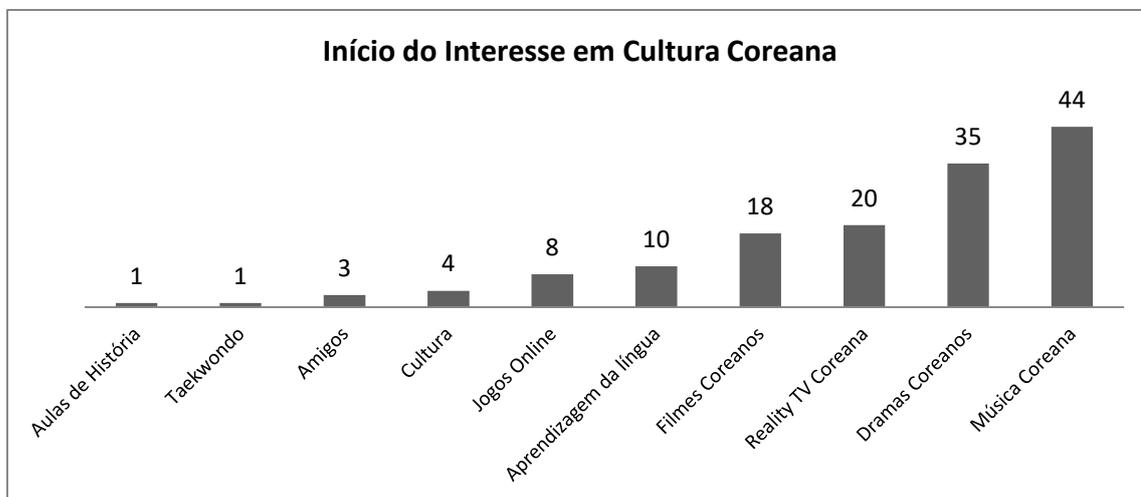


Gráfico 6- Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário aos alunos de coreano para justificarem o início de interesse pela cultura coreana

O intervalo de tempo referente ao início deste interesse vai de 1 a 11 anos, sendo a média de 4,5 anos.

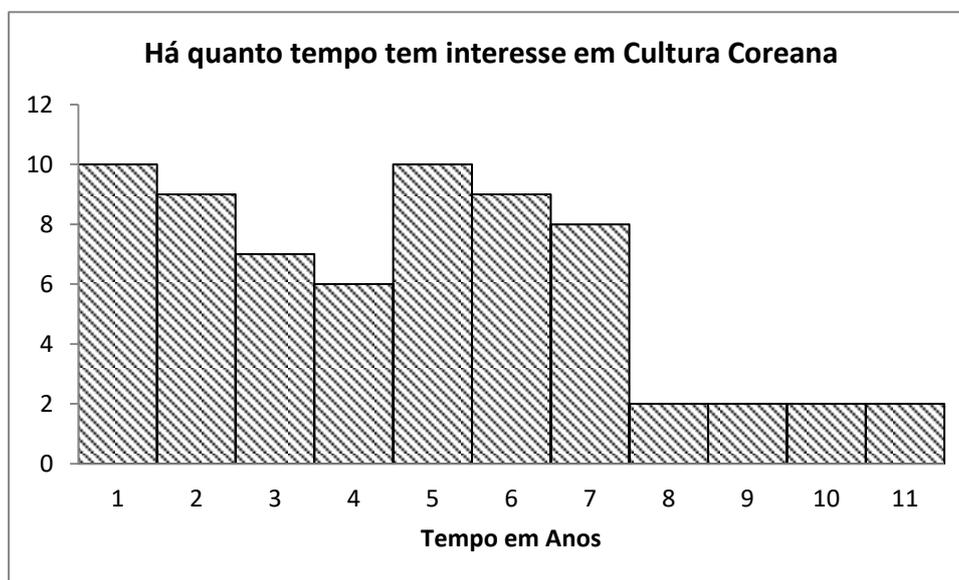


Gráfico 7- Período de tempo, desde 2017, correspondente ao interesse por cultura coreana dos inquiridos no questionário aos alunos de coreano

Entre os alunos inquiridos apenas 5 pessoas não se encontravam familiarizadas com o termo *korean wave* ou *hallyu*.

Entre as redes sociais, a plataforma mais utilizada para usufruir de produtos de entretenimento coreanos foi o *youtube*, com 59 dos 66 inquiridos fazendo uso do mesmo. As aulas de coreano foram também uma das formas mais selecionadas e seguiram-se os eventos sobre cultura coreana, os *sites* específicos (para a visualização de programação coreana) e a televisão

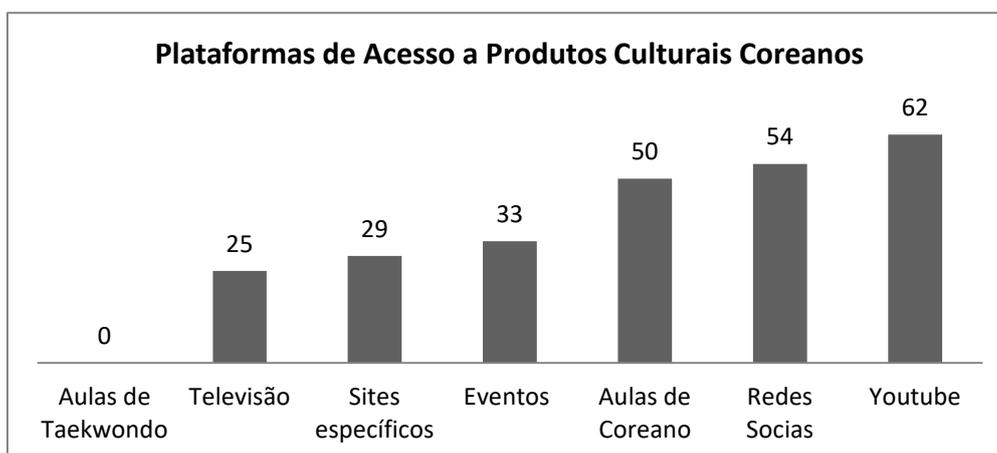


Gráfico 8- Plataformas utilizadas pelos inquiridos no questionário aos alunos de coreano para terem acesso a produtos culturais coreanos

Entre os alunos inquiridos 18 já foram à Coreia do Sul e mais de 90% tem interesse em visitar o país no futuro. A razão que mais se destaca como motor do interesse em visitar a Coreia do Sul é a aprendizagem da língua, o que reflete o cariz mais académico deste questionário. Outras duas razões igualmente populares foram o interesse no património e história e na gastronomia. Em seguida surge o interesse pela indústria musical coreana, perspectivas de trabalho, interesse em produtos coreanos de cosmética e o interesse em programas coreanos.

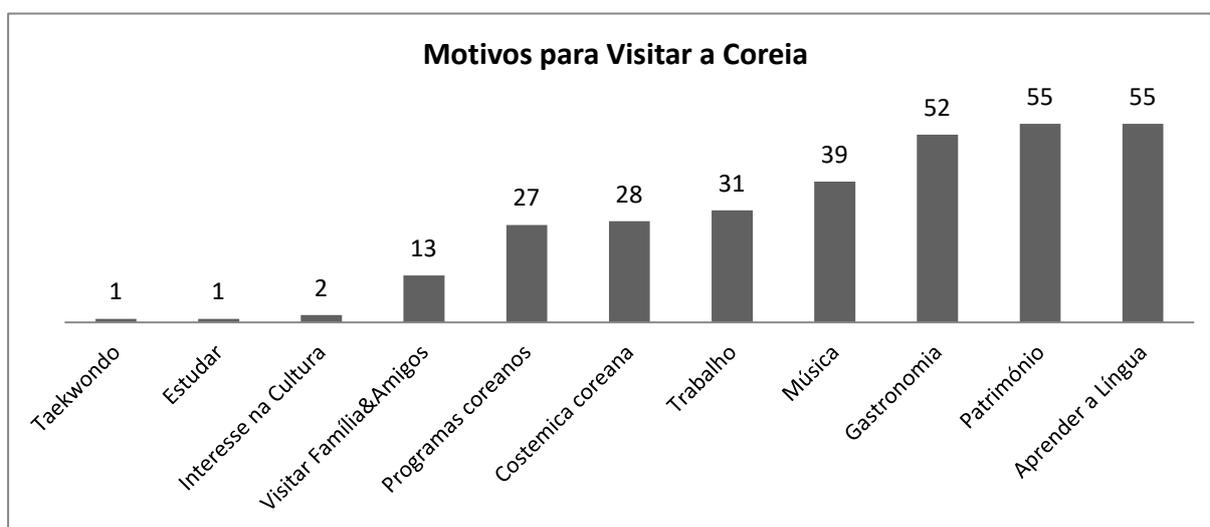


Gráfico 9- Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário aos alunos de coreano para ter justificarem o interesse em visitar a Coreia do Sul

CAPÍTULO V - EVENTOS DE CULTURA COREANA

Os eventos analisados ocorreram na seguinte ordem temporal: *Quiz on Korea* (Maio de 2017), *Kpop Festival* (Julho de 2017), *Homecoming Day* (Setembro de 2017) e a Semana da Cultura Coreana (Outubro de 2017). No entanto a ordem cronológica de ocorrência dos eventos não corresponde à ordem de execução dos questionários.

Os primeiros eventos em que apliquei questionários foram o *Homecoming Day* e a Semana da Cultura Coreana. Em ambos os casos tratou-se de questionários presenciais. Posteriormente em formato *online*, através da plataforma do Google *forms* apliquei os questionários referentes ao *Quiz on Korea* e ao *Kpop World Festival*.

Retomando a ordem cronológica dos eventos passarei a descrever e analisar os mesmos.

1. *Quiz on Korea*

O *Quiz on Korea* realizou-se pela segunda vez em Portugal, a 20 de Maio 2017, tendo a primeira edição portuguesa ocorrido em 2014 como fiquei a saber pela coordenadora cultural da Embaixada da Republica da Coreia do Sul²⁸. É um evento de cariz competitivo que se realiza anualmente em vários países por todo o mundo. Os participantes são convidados a responder a questões sobre temas relacionados com cultura geral, cultura *pop*, tradições, geografia entre outros. As autoridades coreanas referem-se a esta competição como “um projeto público de diplomacia para dar a conhecer a Coreia ao público não coreano”,²⁹ como se pode ler no site oficial do governo sul-coreano (www.korea.net).

Os vencedores de cada país vão à Coreia do Sul disputar a final. Estes concorrentes, que viajam até à Coreia do Sul, têm durante uma semana uma agenda cheia de passeios e atividades que lhes dão a conhecer a história e património do país.

Aquando da realização do evento, no passado Maio de 2017, recolhi os endereços eletrónicos de todos os concorrentes e voluntários da organização do evento, de modo a poder posteriormente requisitar a sua cooperação para a investigação. Como na altura do evento ainda não tinha construído o questionário não foi possível aplicar

²⁸ Entrevista realizada a Jin Sun Lee no dia 12 de Março de 2018 na qualidade de coordenadora cultural da embaixada da República da Coreia do Sul

²⁹ “a public diplomacy project, to raise non-Korean’s awareness regarding Korea” em <http://www.korea.net/Events/Overseas/> consultado a 4.03.2018

um questionário presencial. Recorri assim aos métodos de inquirição *online*. Optei por utilizar a plataforma *Google Forms* para elaborar o questionário e fazê-lo chegar ao público-alvo do *Quiz on Korea*.

Este foi o questionário³⁰ para o qual obtive o menor número de respostas. Apenas 15 dos 32 inquiridos responderam ao questionário *online* que enviei diretamente por correio eletrónico. Normalmente, respostas de 15 indivíduos corresponde a uma amostra demasiado pequena para extrair conclusões, mas como os 15 representam cerca de 50% do universo dos envolvidos no evento decidi prosseguir com a análise.

A média da idade dos participantes no evento foi de 23 anos. Tendo o mais novo 18 anos de idade e o mais velho 30. Entre os 15 participantes inquiridos 78,6% eram do sexo feminino (11 respostas) e 21,4% do sexo masculino (3 respostas). Todos eram de nacionalidade portuguesa.

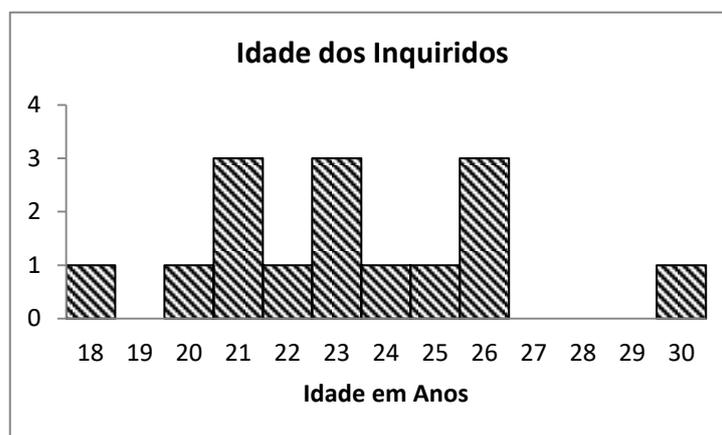


Gráfico 10- Idade dos inquiridos no questionário do Quiz on Korea

Cerca de 33% dos participantes residiam no Norte do país (Porto, Bragança e Ovar) e os restantes do Centro. Sendo que a maioria residia em Lisboa. Podemos, assim, presumir que um terço dos participantes se deslocou propositadamente a Lisboa para participar neste evento, o que demonstra um elevado nível de interesse.

Todos os participantes tinham um grau de escolaridade igual ou superior ao 12.º ano, sendo mais de metade licenciados. Relativamente à situação profissional, mais de 50% eram estudantes e apenas 20% trabalhava a tempo inteiro. Estes resultados refletem características gerais da faixa etária em que situa a maioria dos participantes.

³⁰ Questionário integral no anexo G

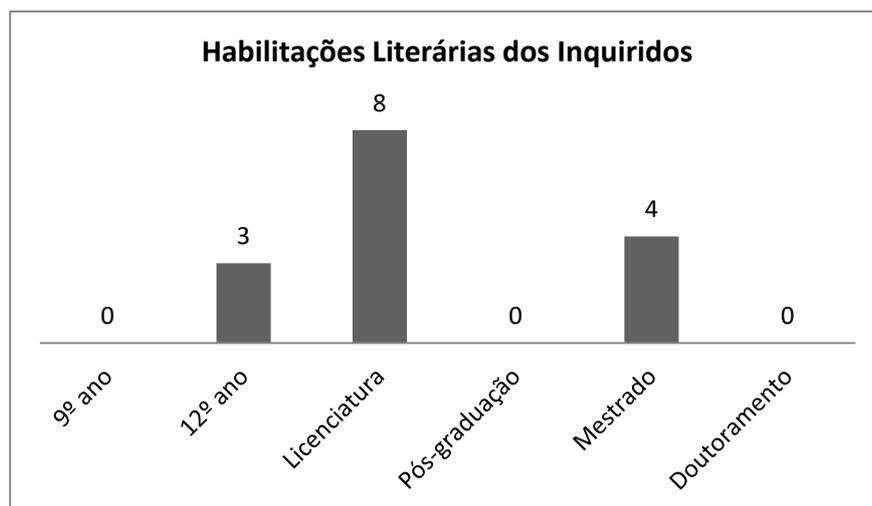


Gráfico 11- Habilitações literárias dos inquiridos no questionário do Quiz on Korea

O meio através do qual mais pessoas obtiveram informação sobre este evento foi o *Facebook* da Embaixada da República da Coreia do Sul. Apesar de ter colocado esta hipótese separada da hipótese que corresponde às redes sociais, se considerarmos as duas percentagens juntas podemos dizer que mais de 50% das pessoas envolvidas no evento (participantes, público e voluntários) ficaram a saber do mesmo através das redes sociais.

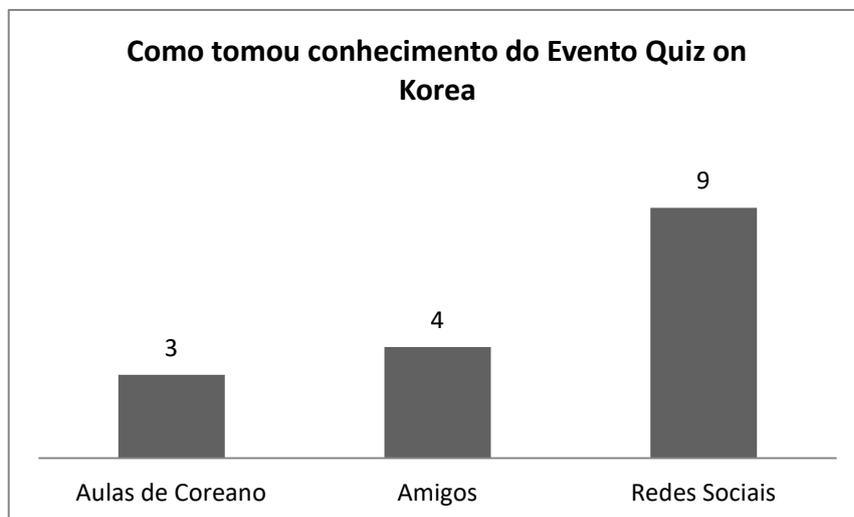


Gráfico 12- Meio através do qual os inquiridos no questionário do Quiz on Korea tomaram conhecimento do evento

A média de frequência de eventos culturais no espaço de 11 meses (tendo em conta que os questionários foram distribuídos e preenchidos durante o mês de Novembro de 2017) entre os inquiridos foi de 3,46 eventos por pessoa. Mas deve também ser tido em conta que a maior percentagem (26,7%) corresponde a indivíduos

que foram a apenas um evento cultural. Assim podemos dizer que a *Korean Wave* atrai novos públicos para eventos culturais.

Dentro dos eventos culturais em que participaram, 40% dos inquiridos afirmou que todos estavam relacionados com cultura coreana, enquanto 26,7% constatou que nenhum teve relação com essa temática.

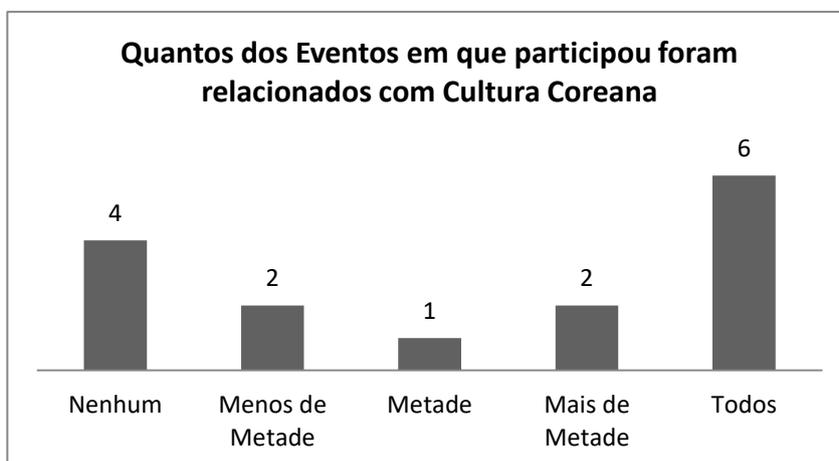


Gráfico 13- Relação dos eventos em que os inquiridos do questionários do Quiz on Korea com cultura coreana

Embora para a maioria este tenha sido o primeiro contacto que tiveram com o *Quiz on Korea*, não foi o primeiro evento sobre cultura coreana em que participaram. Este resultado vai de encontro com o constatado acima (que 40% de inquiridos participam somente em eventos sobre cultura coreana).

Os outros eventos sobre cultura coreana mais frequentados por este público foram o *Kpop World Festival* e a *Semana da Cultura Coreana* seguidos de concertos, o *Homecoming Day* e o *Dia da Coreia* (organizado pela FLUL como parte de um evento de uma semana dedicado a cultura asiática).

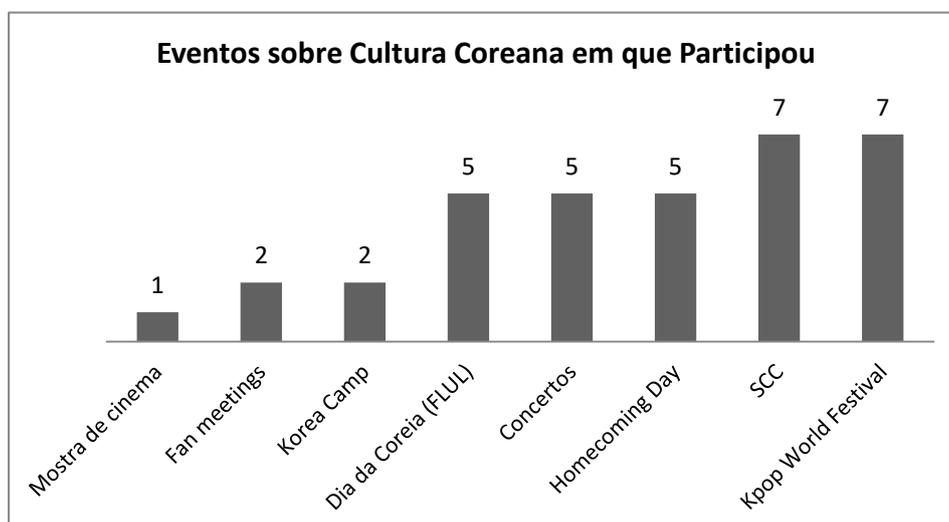


Gráfico 14- Eventos em que os inquiridos do questionário Quiz on Korea tomaram parte

A grande maioria dos inquiridos foi da opinião de que os eventos sobre cultura coreana têm vindo a tornar-se mais populares e que deveriam existir mais eventos deste cariz. Em adição, mais de metade dos inquiridos dizem ter participado no evento devido ao seu interesse por cultura coreana.

Para mais de 60% dos participantes o primeiro contacto com produtos culturais coreanos foi feito através da música estando os dramas e filmes coreanos a seguir. E, finalmente, o taekwondo. Por sua vez este primeiro contacto fez-se principalmente através das redes sociais (46,7%) ou através de amigos.

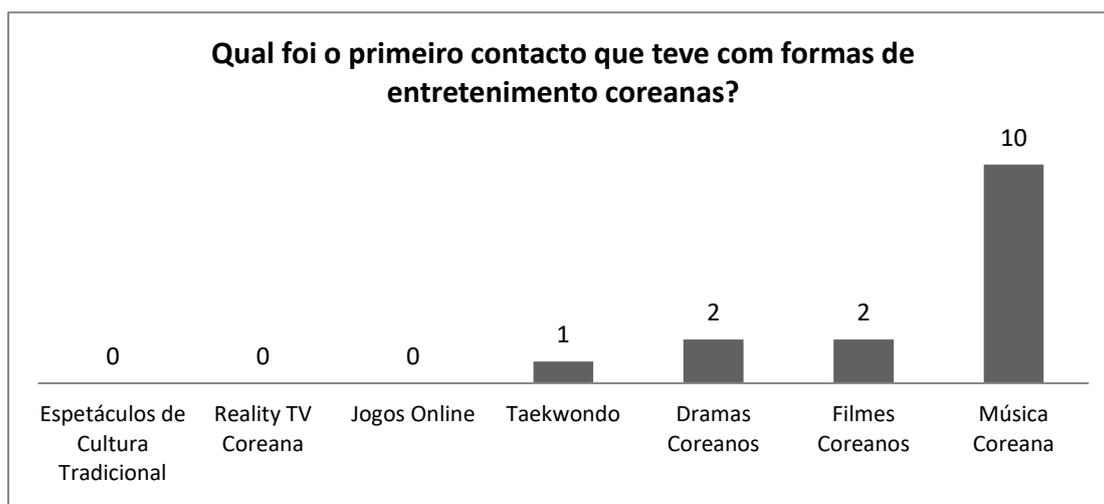


Gráfico 15- Primeiro contacto com produtos culturais coreanos pelos inquiridos do questionário Quiz on Korea

A maioria afirma também que o interesse pela cultura coreana começou com a música, estando os dramas e filmes coreanos em segundo e terceiro lugar respetivamente.

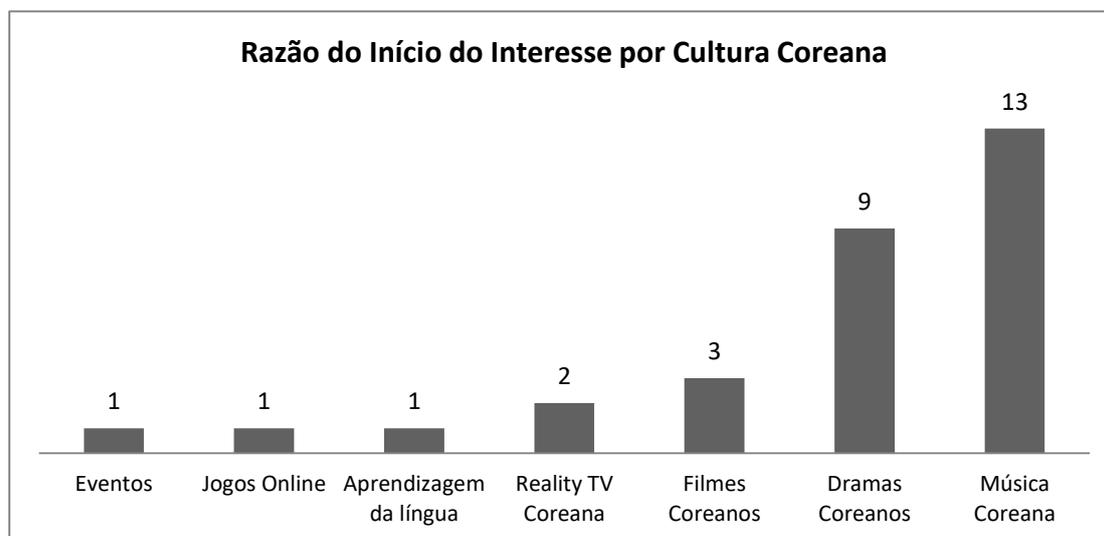


Gráfico 16- Razões selecionadas pelos inquiridos do questionário Quiz on Korea para justificarem o início de interesse pela cultura coreana

Entre os inquiridos houve quem tivesse começado a interessar-se por cultura coreana há 2 anos, enquanto cerca de 50% já tinham este interesse há 5 ou mais anos, havendo inclusive um inquirido que respondeu que o seu interesse tinha começado há 9 anos (desde 2008).

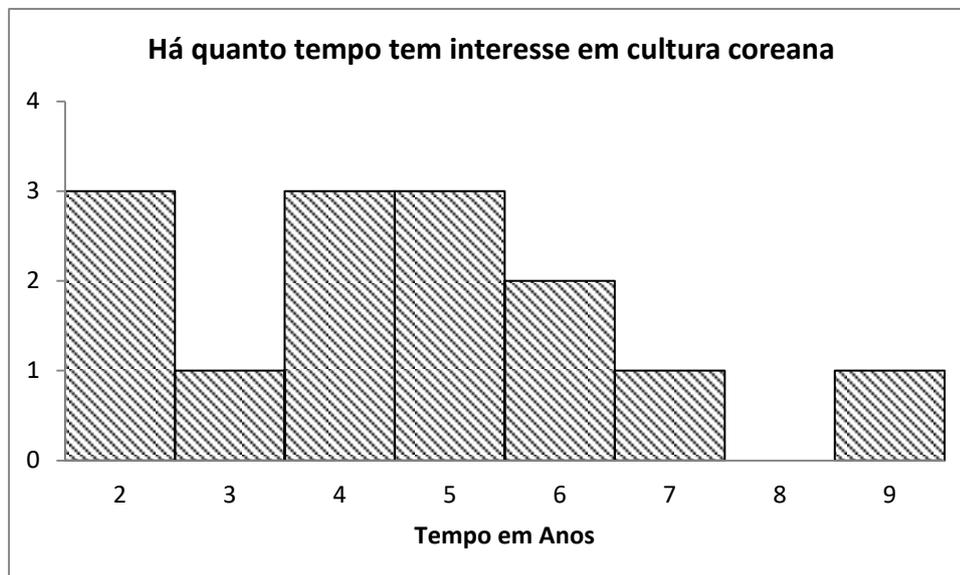


Gráfico 17 - Período de tempo, desde 2017, correspondente ao interesse por cultura coreana dos inquiridos no questionário do Quiz on Korea

Descobri também que mais de 90% dos inquiridos conhecia o fenómeno que procuro estudar – a *Korean Wave*. Aquele que, segundo a minha hipótese, deu lugar a que este tipo de eventos pudesse acontecer.

Entre as redes sociais, a plataforma mais utilizada para usufruir de produtos de entretenimento coreanos foi o *Youtube*, com 100% dos inquiridos fazendo uso do mesmo. Optei aqui por colocar o *Youtube* (apesar se poder também considerar uma rede social) à parte por saber, devido a experiência própria, que é o método mais fácil de acesso. As aulas de coreano e eventos sobre cultura coreana têm também um papel importante na disponibilização dos produtos culturais.

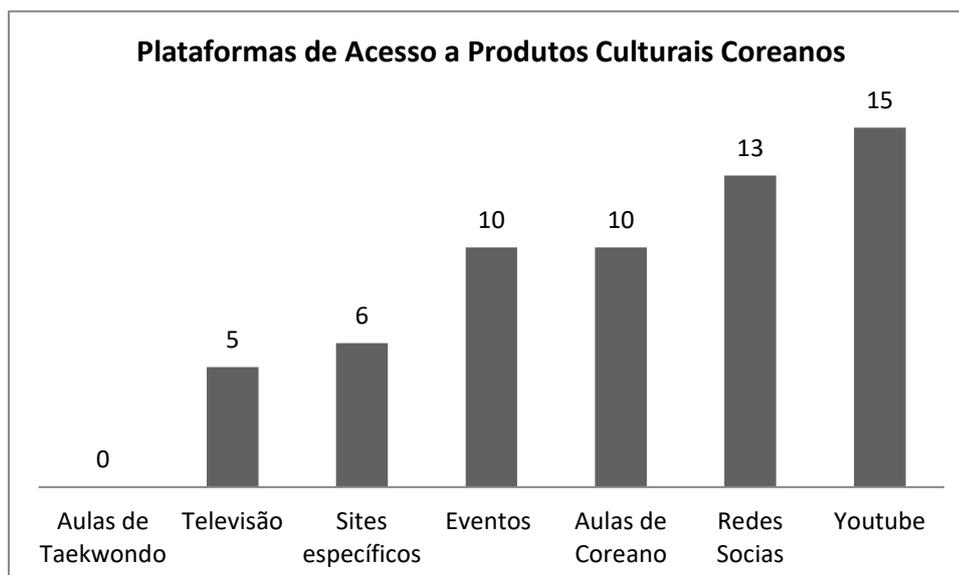


Gráfico 18- Plataformas utilizadas pelos inquiridos do questionário do Quiz on Korea para terem acesso a produtos culturais coreanos

Todos os inquiridos estudam ou já estudaram coreano, sendo a Escola Coreana do Lumiar a instituição mais representada. A razão que mais se destaca para justificar o início da aprendizagem de coreano é o interesse em música coreana. Dramas, filmes e programas de *reality tv* coreanos no total representam também uma das principais razões, seguindo-se a oportunidade de trabalho e razões académicas.

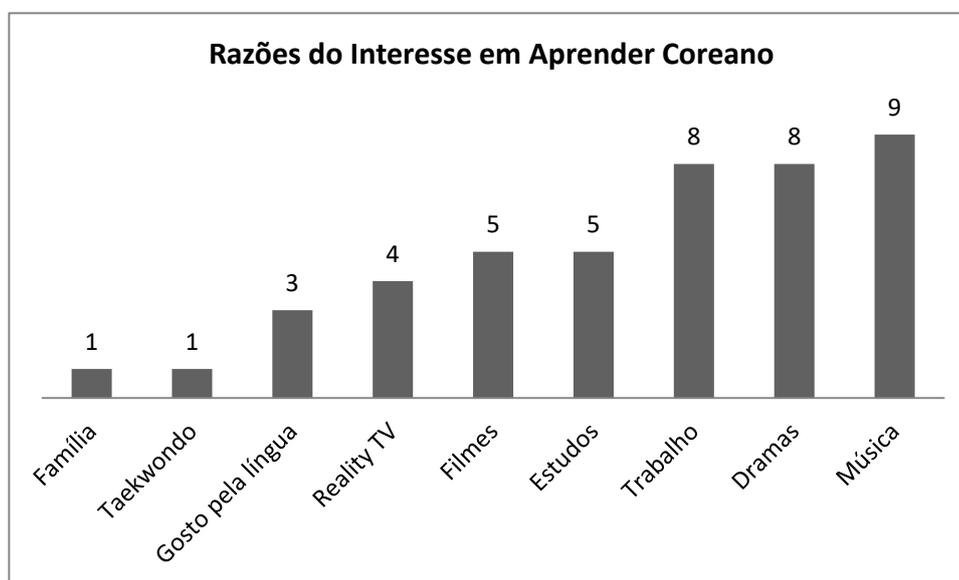


Gráfico 19- Motivos para justificar a aprendizagem de coreano selecionados pelos inquiridos no questionário do Quiz on Korea

Dos inquiridos apenas dois tinham já ido à Coreia do Sul, mas todos os que responderam à questão mostraram desejo em fazê-lo. A razão mais assinalada para justificar esse desejo foi o interesse na gastronomia, seguindo-se a aprendizagem da

língua e o interesse no património histórico. Outras razões populares foram o interesse pelos produtos da indústria musical coreana, interesse por programas coreanos (dramas, filmes, *reality ty*) e perspectivas de trabalho.

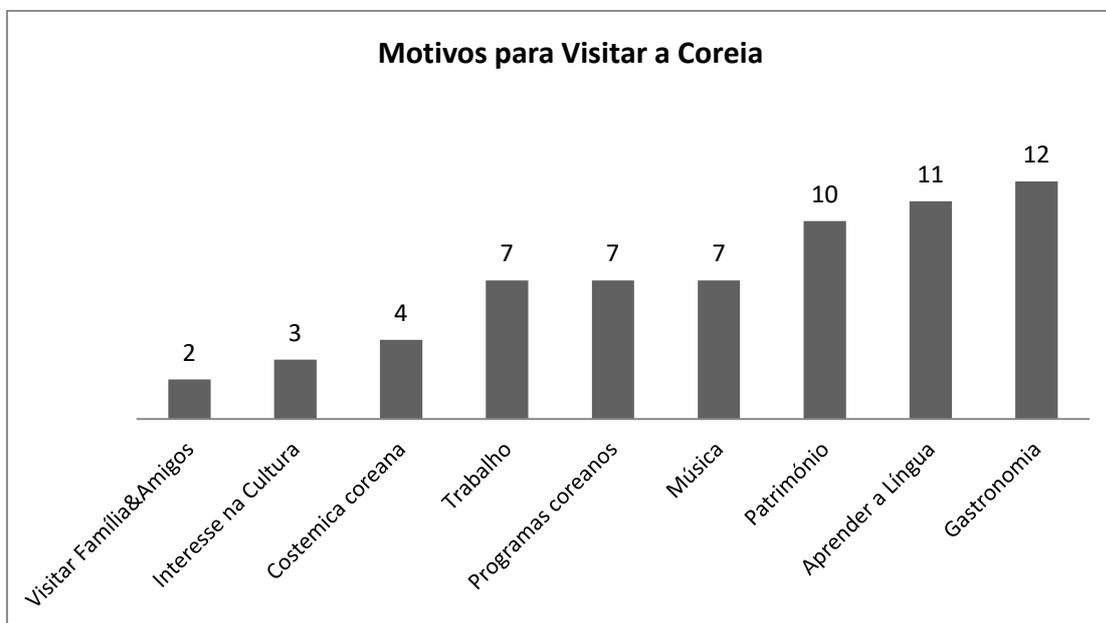


Gráfico 20- Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário do Quiz on Korea para ter justificarem o interesse em visitar a Coreia do Sul

Penso que seja curioso como, apesar do interesse ter começado com produtos ou programas de entretenimento, se estenda ao país em si. As razões mais populares, para querer visitar o país, mostram-se bastante diferentes daquelas que espoletaram o interesse inicial, o que mostra, na minha opinião, uma evolução interessante.

2. *Kpop World Festival*

A primeira edição do *KPOP World Festival* teve lugar em 2011 e contou com a participação de 16 países diferentes. Na edição do ano seguinte, em 2012, houve 37 países, Portugal incluído, envolvidos no evento. Este número continuou a crescer tendo a 6ª edição do festival, em 2016, contado com a participação de 65 países³¹.

O *Kpop World Festival* resulta de uma colaboração do Ministério de Negócios Estrangeiros e do Ministério de Turismo e Cultura Sul Coreanos³². Tem um cariz competitivo podendo os concorrentes escolher participar na categoria de canto ou dança. Este evento é composto por duas fases distintas. Na primeira fase, em cada um dos países que concorre, é organizado um festival, com os diferentes concorrentes do mesmo país, que funciona como primeira eliminatória. Por sua vez os vencedores das categorias de canto ou dança de cada país podem ser convidados a participar na segunda fase do festival, a grande final. Esta ocorre anualmente na Coreia do Sul, mas especificamente em Changwon, uma cidade no sul.

Até à data houve apenas uma portuguesa a participar na Grande Final, Filipa Cardoso, vencedora da categoria de canto na edição de 2014. Aluna do conservatório nacional de música, representou Portugal na final do KWF na Coreia do Sul.³³

Este festival é em si um dos maiores festivais da *Korean Wave*, onde fãs do mundo inteiro se reúnem³⁴. Este evento é também da responsabilidade da Embaixada da República da Coreia, que o organiza em Portugal desde 2012.

A primeira edição portuguesa do festival não teve formato físico. Os concorrentes enviaram apenas as suas audições por vídeo e a seleção dos vencedores foi feita através destes. Não houve o evento em si.

Em 2013 o evento passou da esfera virtual com o festival a acontecer no Museu do Oriente, ao vivo em frente a uma audiência entusiasta que tem aumentado anualmente como conta a Coordenadora Cultural da Embaixada:

³¹ Dados disponibilizados na página da estação de televisão coreana kbs world responsável pela organização do evento: <http://kbsworld.kbs.co.kr/>

³² Fonte: Reportagem “A Onda K” de Isabel Osório

³³ Fonte: Reportagem “A Onda K” de Isabel Osório

³⁴ “Museu do Oriente recebe pré-eliminatória do K-Pop World Festival 2017” <http://www.e-cultura.sapo.pt/evento/6105> página consultada a 10 de Março de 2018

“De ano para ano vejo o número de participantes e o interesse a crescer. Por exemplo os fãs estão a pedir um local maior para o KPOP Festival. Este evento está a ganhar visibilidade e tornou-se um evento importante mesmo para o próprio Museu do Oriente”.³⁵

A edição de 2017, portanto a 6.^a edição portuguesa do festival, ocorreu no dia 29 de Julho no Museu do Oriente. Para este evento elaborei um questionário utilizando, como para o *Quiz on Korea*, o *Google Forms*. Aquando da eliminatória portuguesa do *KPOP World Festival* não me encontrava em Portugal. Assim recorri a pessoas que conheço como elo de ligação entre indivíduos que tivessem comparecido e participado no festival para divulgar o questionário *online* relativo ao mesmo. Recorri também às redes sociais, mais especificamente ao *Facebook*, como método de divulgação deste questionário tendo partilhado o mesmo nas duas maiores páginas portuguesas dedicadas a cultura coreana, mais especificamente a Kpop no *Facebook* (Lullaby Kpop com 1561 membros a 1 de Janeiro de 2018 e Kpop Forever Portugal com 3479 membros a 1 de Janeiro de 2018). Estas não serão as condições ideais para a divulgação de um questionário, uma vez que não é possível verificar se as pessoas que responderam ao questionário participaram verdadeiramente no evento, nem há qualquer prova de identidade. É, no entanto, uma faceta impossível, ou muito difícil de evitar, quando se recorre a métodos de inquirição *online*. Embora não possa contar que a informação seja cem por cento fidedigna penso que a informação recolhida pode na mesma ser analisada e que acrescenta valor à investigação.

Para este questionário³⁶ obtive um total de 60 respostas. No entanto não posso estimar o nível de cooperação uma vez que não tive acesso à informação sobre o número total de espectadores e participantes do festival.

A média da idade dos participantes no evento foi de 20 anos. Tendo o inquirido mais novo 13 anos de idade e o mais velho 30.

³⁵ Entrevista realizada a Jin Sun Lee no dia 12 de Março de 2018 na qualidade de coordenadora cultural da embaixada da República da Coreia do Sul

³⁶ Questionário integral no anexo H

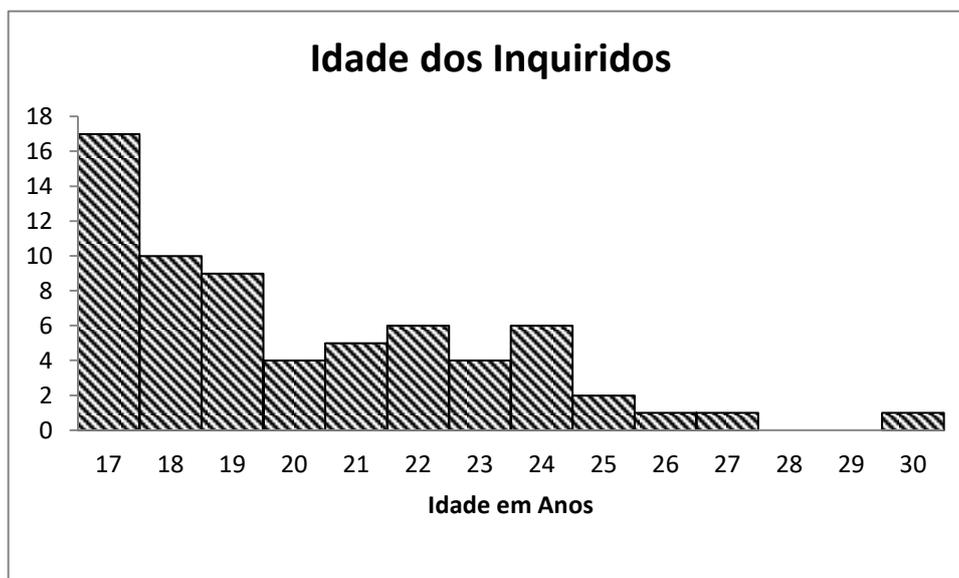


Gráfico 21- Idade dos inquiridos no questionário do Kpop World Festival

Entre os inquiridos houve apenas 2 de nacionalidade não portuguesa e 3 do sexo masculino. Sendo assim a maioria portuguesa e do sexo feminino.

Dos inquiridos, 26,6% veio da região norte do país (Porto, Coimbra, Aveiro, Viseu, Viana do Castelo, Castelo Branco, Guimarães e Vila Real), mas a maioria reside no centro do país, com maior incidência em Lisboa. À semelhança do *Quiz on Korea*, quase um terço dos participantes deslocou-se a Lisboa para poder estar no evento.

O grau mais baixo de escolaridade entre os inquiridos corresponde ao 8.º ano (o que não é de estranhar, uma vez que existem elementos mais novos na amostra). O grau de escolaridade com mais ocorrências foi o 12.º ano, seguido de licenciatura. Relativamente à situação profissional, quase 70% da amostra eram estudantes e apenas 20% trabalhava a tempo inteiro. O que reflete a jovialidade da amostra que esteve presente no evento, maioritariamente na qualidade de público.

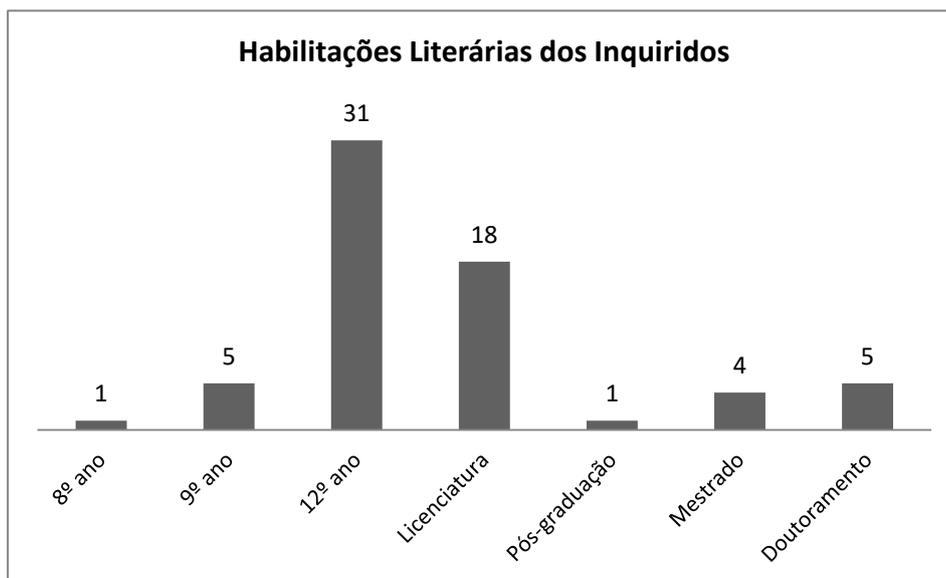


Gráfico 22- Habilitações literárias dos inquiridos no questionário do Kpop World Festival

O meio que informou mais pessoas sobre este evento foram as redes sociais. Em particular o *Facebook* da Embaixada da República da Coreia do Sul, que teve também neste evento um papel essencial na divulgação do mesmo.

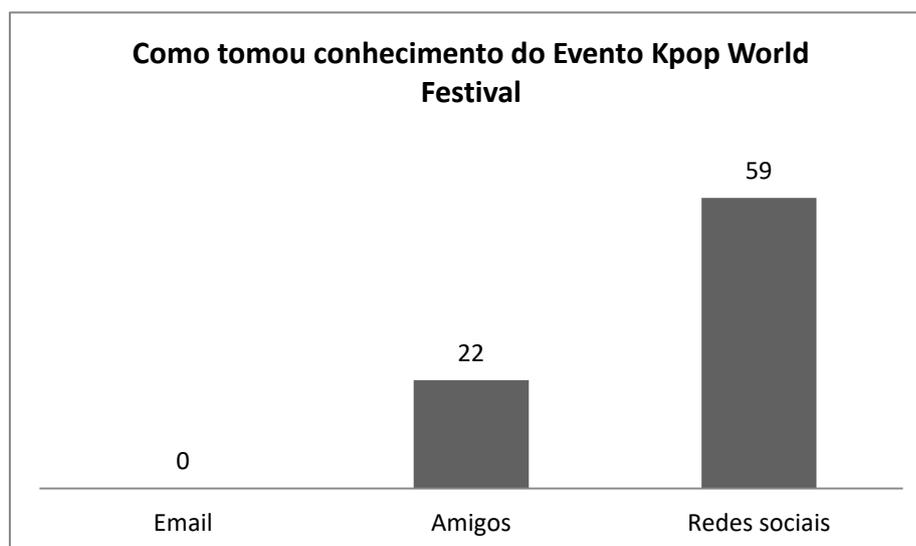


Gráfico 23- Meio através do qual os inquiridos no questionário do Kpop World Festival

A média de idas a eventos culturais no espaço de 11 meses (tendo em conta que os questionários foram preenchidos durante o mês de Novembro) entre os inquiridos foi de 3,23 eventos por pessoa. No entanto existe uma grande discrepância, com indivíduos a frequentar 0 eventos e outros 20. Dentro dos eventos culturais em que participaram 40% dos inquiridos afirmou que todos estavam relacionados com cultura coreana enquanto 25% que nenhum tinha relação com tal temática.

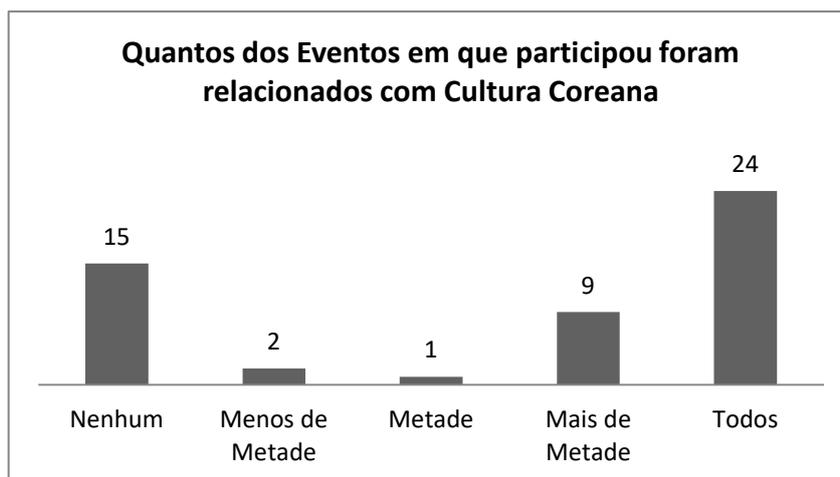


Gráfico 24- Relação dos eventos em que os inquiridos do questionários do Kpop World Festival

Mais uma vez, à semelhança do *Quiz on Korea*, para a maioria este foi o primeiro contacto que tiveram com *Kpop World Festival* mas não o primeiro evento sobre cultura coreana em que participaram.

Outros eventos sobre cultura coreana populares entre os inquiridos foram concertos de música coreana seguidos da Semana da Cultura Coreana, o Dia da Coreia (organizado pela FLUL como parte de um evento dedicado a cultura asiática) e o *Korea Camp* (campo de atividades relacionadas com a Coreia do Sul).

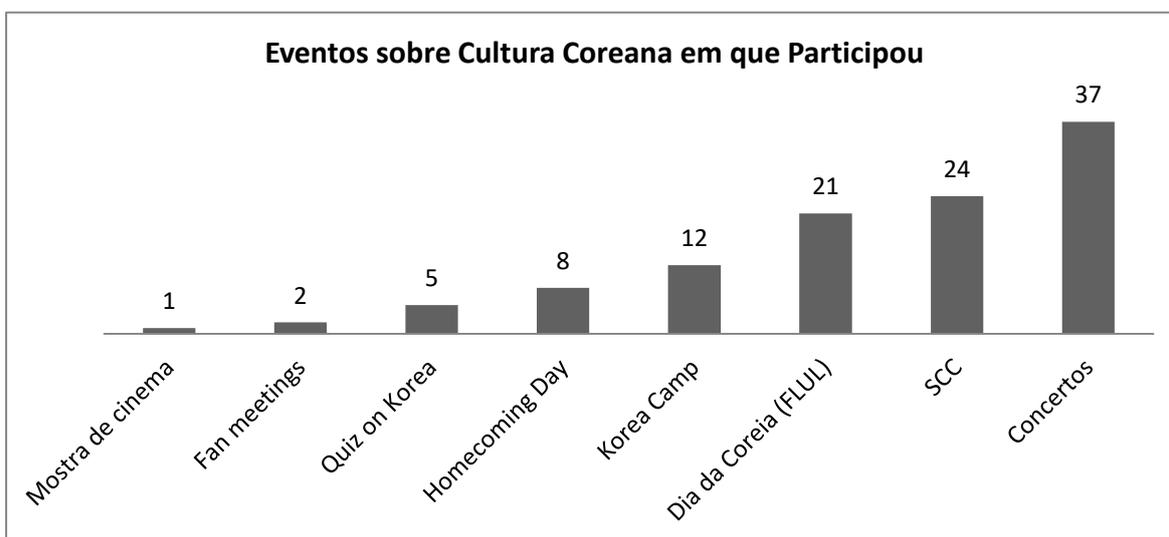


Gráfico 25- Eventos em que os inquiridos no questionário do *Kpop World Festival* tomaram parte

Quase 100% dos inquiridos foi da opinião que os eventos sobre cultura coreana têm vindo a tornar-se mais populares e de que deveriam existir mais eventos deste cariz.

Neste evento metade dos inquiridos atribuiu a sua participação ao interesse em culturas asiáticas no geral tendo o interesse em cultura coreana ficado em segundo lugar.

Para mais de 70% dos participantes o primeiro contacto com produtos culturais coreanos foi feito através da música estando os dramas coreanos em segundo lugar. Os jogos *online* e filmes coreanos também surgem como formas de contacto relevantes. Por sua vez este primeiro contacto fez-se principalmente através das redes sociais (53,7%) ou através de amigos que já tinham um interesse prévio nestas matérias.

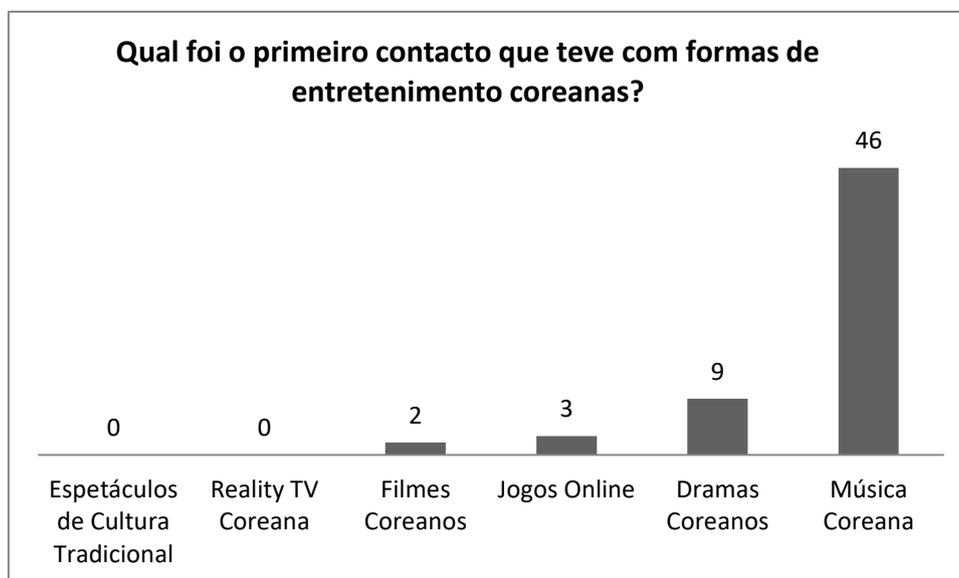


Gráfico 26- Primeiro contacto com produtos culturais coreanos pelos inquiridos do questionário *Kpop World Festival*

A maioria afirma que o interesse pela cultura coreana começou com a música, estando os dramas e programas de *reality tv* coreanos em segundo e terceiro lugar respetivamente. Surge aqui mais uma vez a principal tríade da *Korean Wave* – música, dramas/*reality TV* e filmes coreanos.

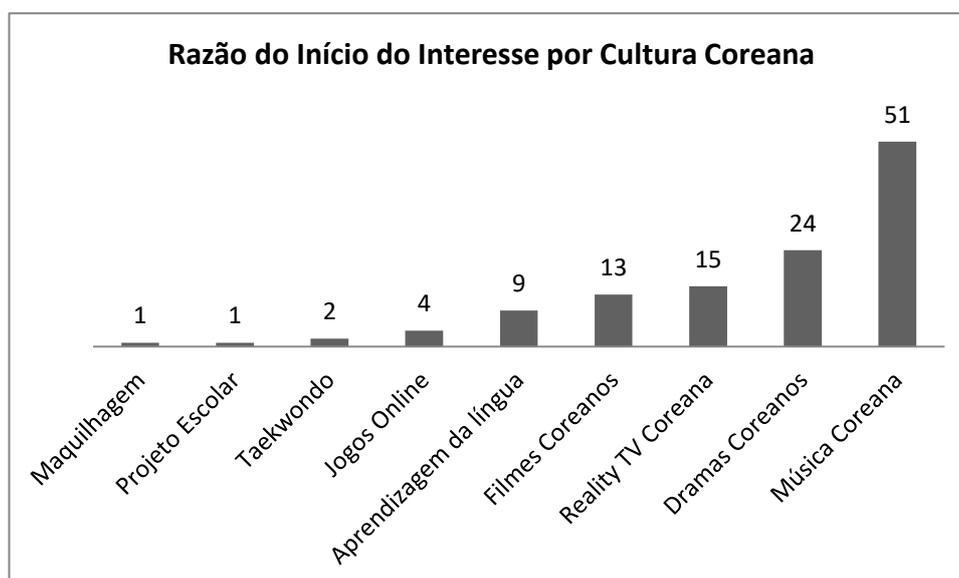


Gráfico 27- Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário do *Kpop World Festival* para justificarem o início de interesse pela cultura coreana

O intervalo de tempo referente ao início do interesse em cultura coreana vai de 1 a 13 anos, sendo a média de 5 anos.

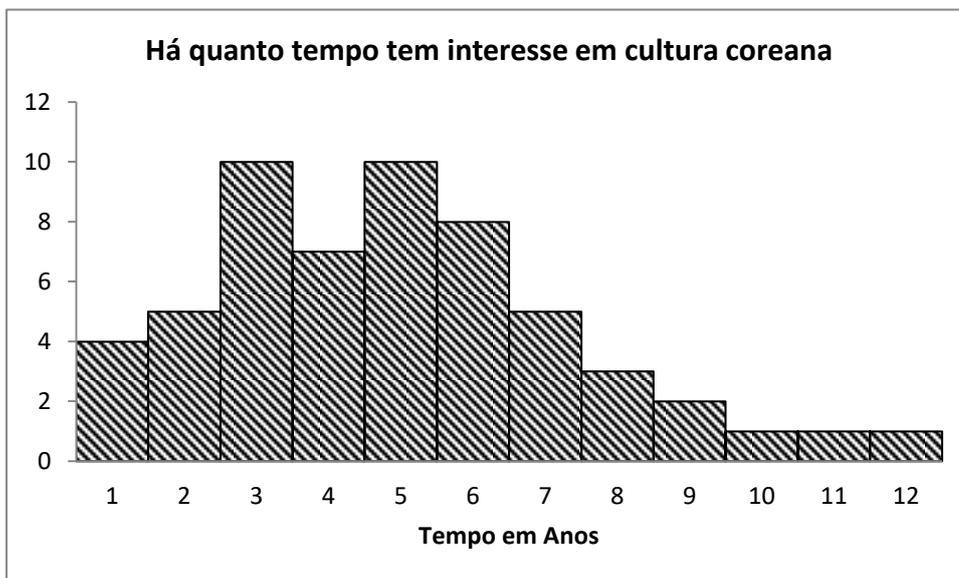


Gráfico 28 - Período de tempo, desde 2017, correspondente ao interesse por cultura coreana dos inquiridos no questionário do Kpop World Festival

Também neste questionário mais de 90% dos inquiridos conhecia o fenómeno da *Korean Wave*. Entre as redes sociais, a plataforma mais utilizada para usufruir de produtos de entretenimento coreanos foi o *Youtube*, com 90% dos inquiridos fazendo uso do mesmo. Sites específicos (para a visualização de programação coreana) e eventos sobre cultura coreana surgem ambos como forma de acesso para metade dos inquiridos, seguindo-se a televisão e as aulas de coreano.

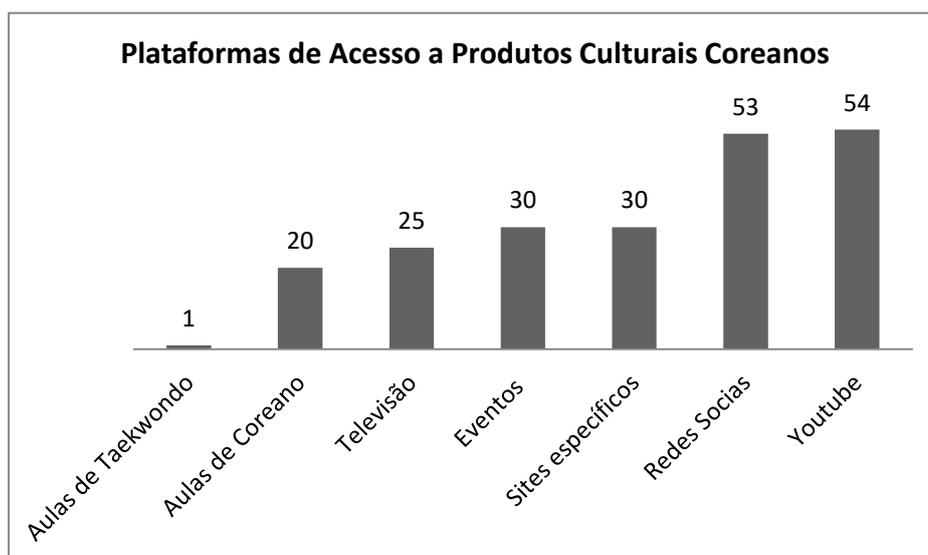


Gráfico 29- Plataformas utilizadas pelos inquiridos do questionário do Kpop World Festival para terem acesso a produtos culturais coreanos

Relativamente ao estudo da língua coreana mais de metade da amostra já tinha estudado ou estudava a língua. A opção mais popular de aprendizagem foi o ensino autodidata, seguido da escola Coreana do Lumiar e do Instituto Sejong e cursos *online*. Entre os que não estudavam coreano cerca de três quartos disse ter interesse em fazê-lo.

A razão que mais se destaca para justificar o início da aprendizagem de coreano é o interesse em música coreana. Dramas, filmes e programas de *reality tv* coreanos no total representam também uma das principais razões, seguindo-se a oportunidade de trabalho e razões académicas.

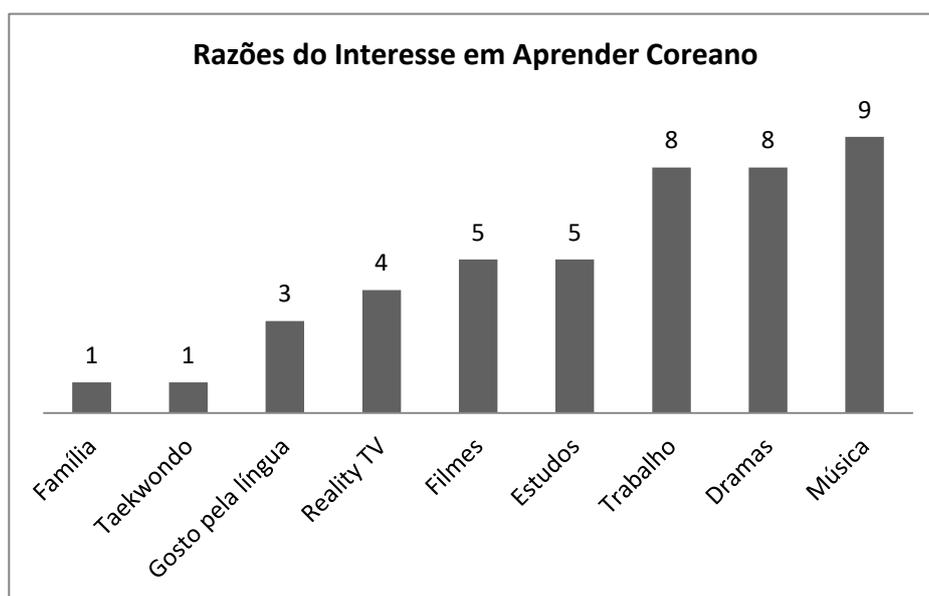


Gráfico 30 - Motivos para justificar a aprendizagem de coreano selecionados pelos inquiridos no questionário do Kpop World Festival

Dos inquiridos apenas 5 tinham já visitado a Coreia do Sul, e entre os que nunca tinham visitado o país a grande maioria tinha interesse em fazê-lo.

A razão mais assinada para justificar o desejo de visitar o país foi interesse pelos produtos da indústria musical coreana e a aprendizagem da língua. Outras razões populares foram o interesse no património histórico seguindo-se o interesse na gastronomia e por programas coreanos (dramas, filmes, *reality ty*), perspectivas de trabalho e ainda interesse em produtos de cosmética coreanos.

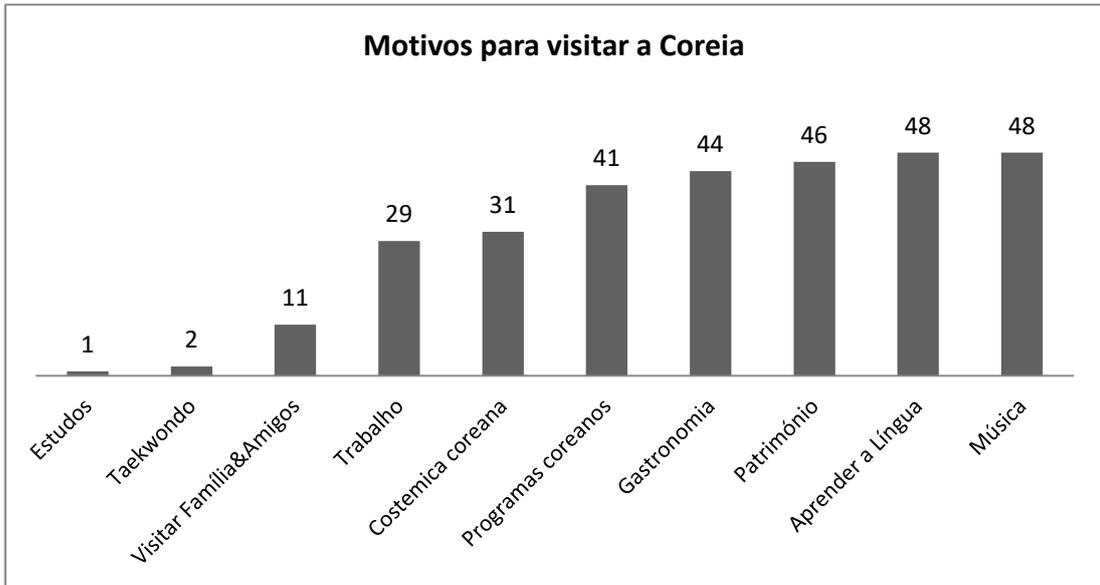


Gráfico 31- Razões seleccionadas pelos inquiridos no questionário do Kpop World Festival para ter justificarem o interesse em visitar a Coreia do Sul

3. *Homecoming Day*

O *Homecoming Day* ocorreu entre os dias 22 e 24 de Setembro de 2017, nas instalações da FCSH (Faculdade de Ciências Sociais Humanas) da Universidade Nova de Lisboa. Foi um evento organizado pelos alunos e professores do Instituto Rei Sejong de Lisboa com o objetivo de dar a conhecer o instituto e a cultura coreana aos participantes.

O nome do Instituto Rei Sejong remete para o quarto rei da dinastia de Joseon conhecido por ter inventado o *hangeul*, o alfabeto coreano (Pieper, 2011). Trata-se de uma organização governamental coreana que promove o ensino da língua e cultura coreana em países estrangeiros. Foi fundado em 2005 e no ano de 2016 a sua presença estendia-se a 58 países diferentes, como se pode ler na página oficial do instituto³⁷

Em Portugal existe apenas um instituto que funciona nas instalações da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa desde 2013 e é o mais importante Instituto de Língua e Cultura Coreana em Portugal.³⁸

O *Homecoming Day* funciona como um evento que marca o início de um novo ano letivo e é uma oportunidade para os fãs e curiosos de cultura coreana se juntarem. Foi por este motivo que decidi incluir este evento na minha amostra.

Para este evento tive a oportunidade de aplicar questionários presenciais³⁹. Estes questionários foram os primeiros a ser elaborados e aplicados. Por esta razão optei por colocar várias questões de resposta aberta. Fiz esta escolha para poder recolher o máximo de informação possível sem restringir as possibilidades de resposta. Seria impossível prever com certeza as opções a colocar nas diferentes perguntas. Deste modo, nos questionários seguintes foi possível contemplar opções discriminadas, baseadas nas respostas deste primeiro questionário. O que facilita muito o trabalho de análise e não implica uma recodificação de todas as respostas (como foi necessário fazer para o questionário do *Homecoming Day*).

Como este foi o primeiro questionário a ser aplicado ficaram em falta algumas variáveis que foram exploradas nos questionários elaborados posteriormente. Nomeadamente nas questões relativas à descrição da amostra. Inquiri sobre idade, nacionalidade, sexo e local de residência, mas não sobre o nível de escolaridade e a situação profissional. No entanto, penso que o questionário não deixou de servir o seu

³⁷ Página oficial do instituto Rei Sejong: <http://www.ksif.or.kr/>

³⁸ <http://fcsch.unl.pt/media/noticias/instituto-oriental-passa-a-representar-o-king-sejong-institute>

³⁹ Questionário integral no anexo D

objetivo primordial, averiguar qual a principal razão que impulsionou os participantes a comparecer.

Durante o decorrer do evento consegui obter 53 repostas, o que, no meu parecer, correspondeu a cerca de 80% das pessoas que compareceram, tanto organizadores como público. Este foi o primeiro questionário a ser elaborado e distribuído tendo funcionado um pouco como ronda experimental. Os dados recolhidos foram posteriormente tratados com o Microsoft Excel.

A média das idades dos participantes inquiridos foi de 22 anos. O participante mais novo registado tinha 15 anos e o mais velho 34.

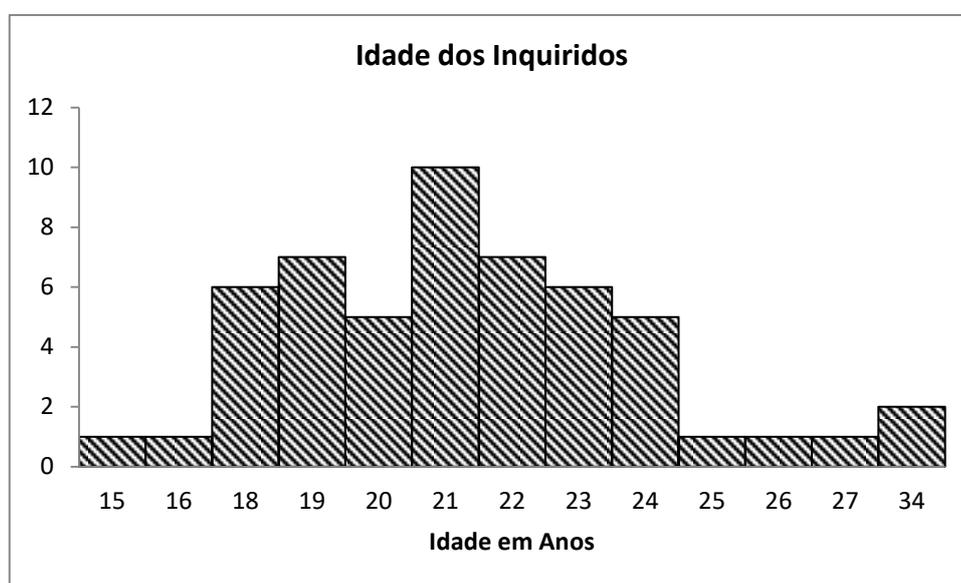


Gráfico 32 - Idade dos inquiridos no questionário do *Homecoming Day*

Apenas dois dos inquiridos não eram de nacionalidade portuguesa e 9 entre os 53 eram do sexo masculino. A maioria da amostra é portanto portuguesa e do sexo feminino.

A cidade com maior representação foi Lisboa (60%), seguida do Porto (6%) e de Sesimbra (4%). Existe no entanto um número considerável de inquiridos com residência no norte do país (Guarda, Braga, Coimbra, Lamego e Porto) que possivelmente se descolaram propositadamente a Lisboa para este evento.

O número de inquiridos que estuda, ou já estudou, coreano foi elevado neste evento. Representando cerca de dois terços do total das pessoas que responderam a este questionário. O instituto mais representado neste evento foi o Instituto Sejong, sendo que quase 50% dos inquiridos estudam ou estudaram no mesmo, o que não é surpreendente tendo em conta que este foi um evento organizado pelo respetivo instituto.

Entre as pessoas que nunca estudaram coreano 90% têm interesse em fazê-lo no futuro.

As razões mais populares para aprender a língua entre aqueles que já estuda(r)am ou têm interesse em fazê-lo foram o gosto por música coreana, seguindo-se o interesse pela cultura e por dramas coreanos.

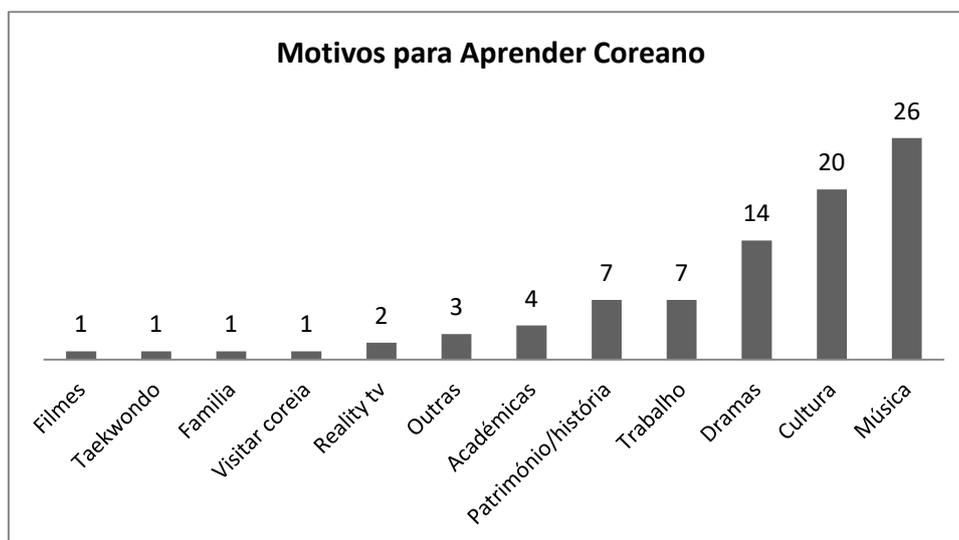


Gráfico 33- - Motivos para justificar a aprendizagem de coreano selecionados pelos inquiridos no questionário do *Homecoming Day*

Entre os inquiridos 7 dos 53 afirmaram já ter ido à Coreia do Sul e todos os que ainda não foram têm vontade de o fazer no futuro. As razões mais selecionadas para querer visitar a Coreia do Sul foram o interesse na cultura, seguindo-se o interesse por música coreana, gastronomia, património e história e ainda por razões académicas.



Gráfico 34- Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário do *Homecoming Day* para justificar o interesse em visitar a Coreia

Relativamente ao principal meio de divulgação deste evento, mais de metade dos inquiridos diz ter tomado conhecimento do evento através de amigos. As redes sociais também parecem ter tido um papel importante na divulgação com 44% dos inquiridos a ter sido informado através das mesmas.

Para 56% dos inquiridos este não foi o primeiro evento sobre cultura coreana em que participaram. Para além do *Homecoming Day* outros eventos relacionados com cultura coreana populares entre os inquiridos foram concertos, o *Kpop World Festival*, a Semana da Cultura Coreana e o *Quiz on Korea*.

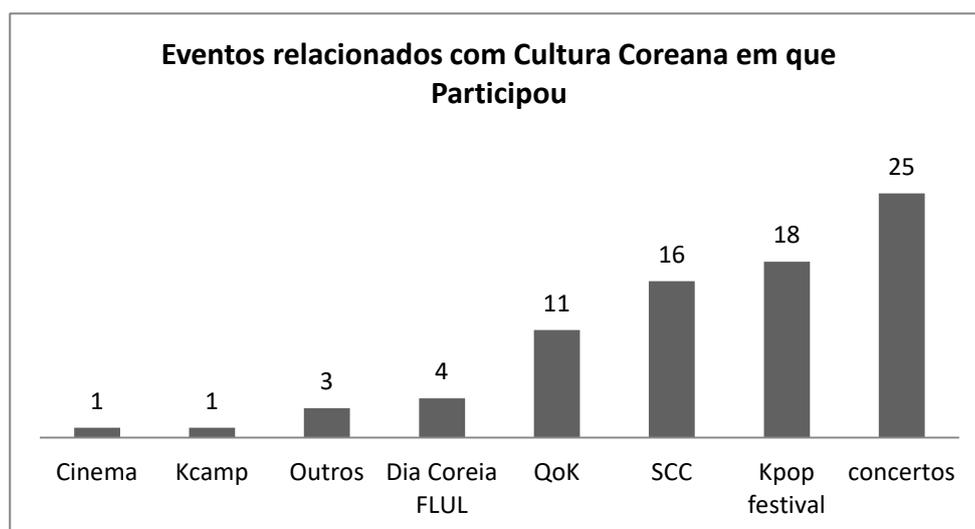


Gráfico 35 - Eventos em que os inquiridos no questionário do *Homecoming Day* tomaram parte

A grande maioria dos inquiridos (96%) pensa que os eventos relacionados com cultura coreana têm vindo a ser mais populares. Partilham também a opinião de que era bom se existissem mais.

Para o *Homecoming Day* a razão de participação mais selecionada foi o interesse em cultura coreana seguindo-se o interesse em culturas asiáticas.

Também nos inquiridos deste evento a música surge como a razão mais mencionada, seguida dos dramas e filmes coreanos para justificar o início do interesse em cultura coreana.

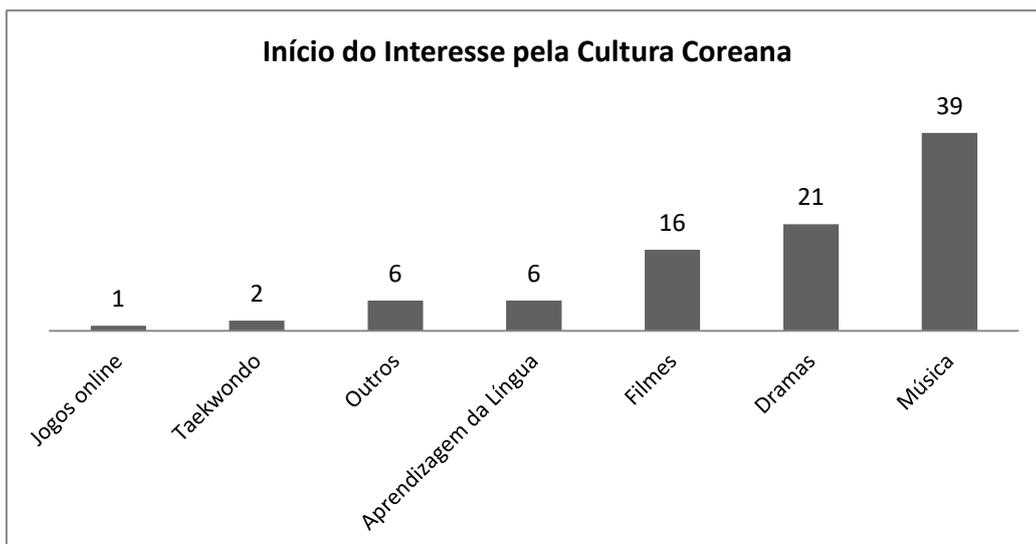


Gráfico 36 - Motivos que levaram ao interesse pela cultura coreana entre inquiridos no questionário do Homecoming Day

Para esta amostra 4,5 anos corresponde em média ao tempo que passou desde o início do mesmo. No entanto existe um grande intervalo, de 1 a 10 anos mais especificamente.

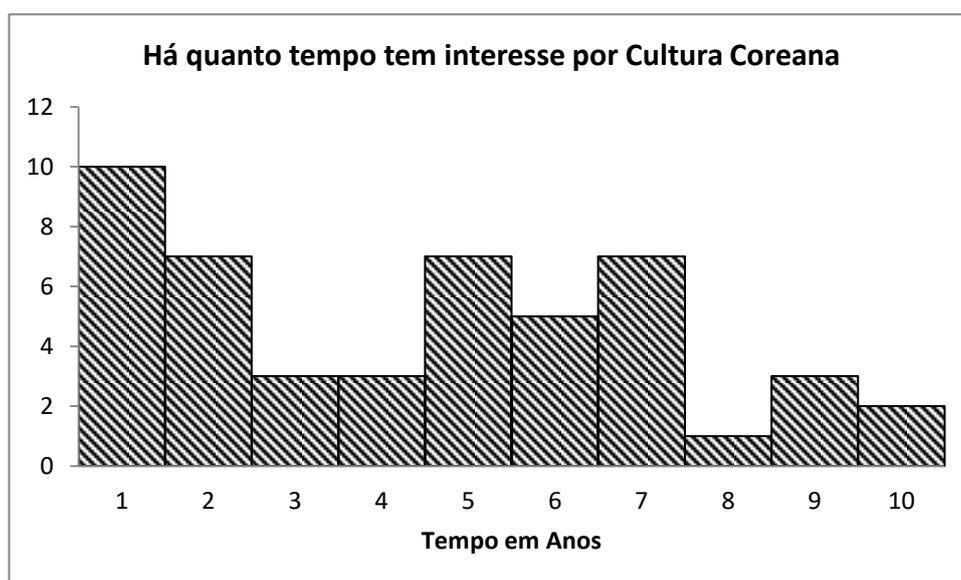


Gráfico 37 - Período de tempo, desde 2017, correspondente ao interesse por cultura coreana dos inquiridos no questionário do Homecoming Day

Entre os 50 inquiridos que responderam à questão “Está familiarizado com o termo *Korean wave* ou ‘hallyu’ apenas 8 responderam que não.

No que toca ao acesso de conteúdos mais de metade dos inquiridos afirma utilizar as redes sociais como o principal meio para consumir conteúdos programáticos coreanos.

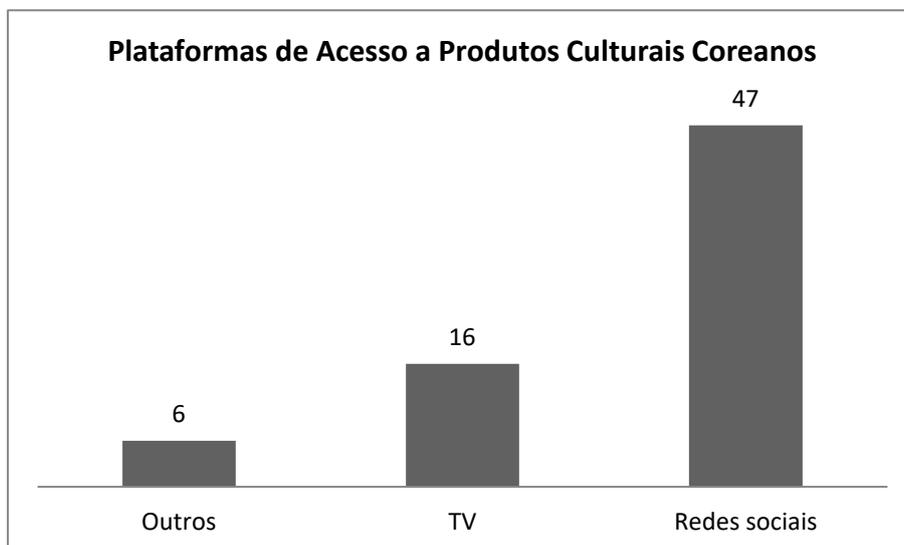


Gráfico 38 - Plataformas utilizadas pelos inquiridos no questionário do *Homecoming Day* para terem acesso a produtos culturais coreanos

4. Semana da Cultura Coreana

A Semana da Cultura Coreana (SCC), organizada em parceria entre a Embaixada e o Museu do Oriente, é o maior e mais longo evento sobre cultura coreana a decorrer anualmente em Portugal.

A primeira edição da SCC e o primeiro *Kpop World Festival* ao vivo ocorreram em 2013 razão pela qual Jin Sun Lee diz que 2013 foi um ano importante para o Departamento Cultural da Embaixada⁴⁰.

O planeamento das atividades é da responsabilidade do Departamento Cultural da Embaixada da República da Coreia do Sul. A programação deste evento é sempre variada, composta por *workshops*, palestras e espetáculos, todos gratuitos. De ano para ano Jin Sun Lee diz que se torna cada vez mais difícil planear o evento pois grande parte do público vai em busca de novos e melhores conteúdos. Nos *workshops* da 5.^a edição da SCC, em 2017, foi possível aprender deste taekwondo, caligrafia a danças tradicionais e modernas como as do pop coreano (K-Pop). Desde 2013 que o evento se tem realizado todos os anos, sempre nas instalações do Museu do Oriente.

A Semana da Cultura Coreana de 2017 ocorreu entre 15 e 20 de Outubro. No decorrer desta semana, com a autorização do Museu e da Embaixada, distribui o questionário⁴¹ relativo ao evento no maior número de atividades possível. Este questionário apesar de ser diferente por ter questões diretamente ligadas ao evento, como as atividades em que o inquirido participou, tinha também como um dos objetivos principais procurar descobrir se a participação no evento era um caso isolado ou se estava relacionado com um interesse posterior em conteúdos sul-coreanos.

Durante a semana em que decorreu do evento consegui obter 71 repostas, tanto de voluntários da organização como do público.

A média de idades dos participantes inquiridos na Semana da Cultura Coreana foi de 31 anos. No entanto, o intervalo de idades foi dos 14 até aos 82 anos. A faixa etária dos 20 foi a mais representada.

⁴⁰ Entrevista realizada a Jin Sun Lee no dia 12 de Março de 2018 na qualidade de Coordenadora Cultural da Embaixada da República da Coreia do Sul

⁴¹ Questionário integral no anexo E

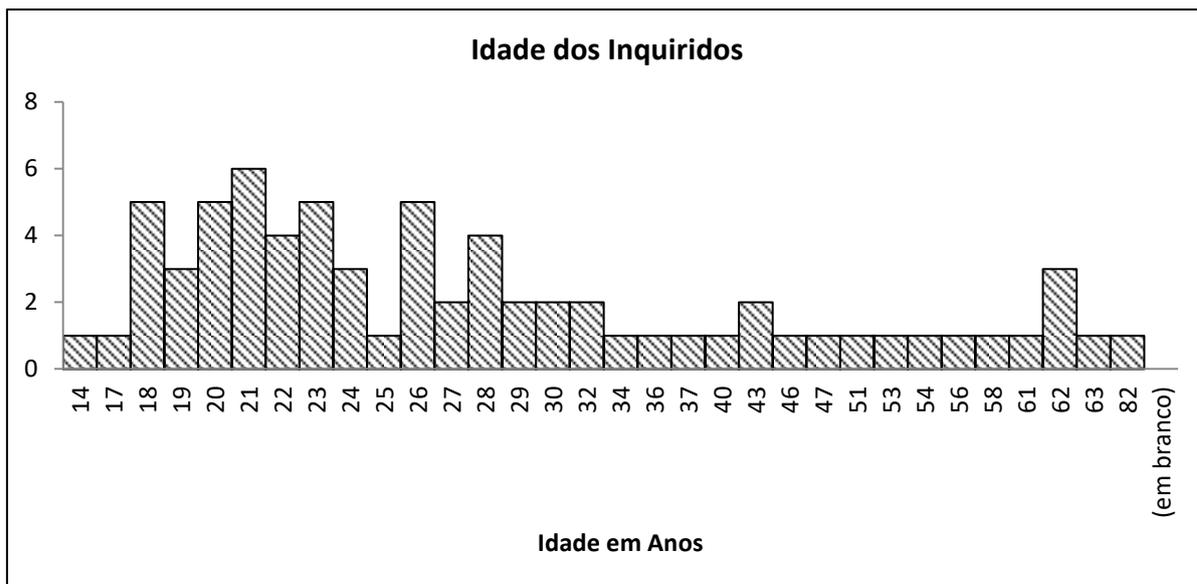


Gráfico 39 - Idade dos inquiridos no questionário da SCC

A nacionalidade mais representada neste evento foi mais uma vez a portuguesa (93%) e 88% dos inquiridos era do sexo feminino.

A maioria dos participantes inquiridos reside no centro do país, mais de metade em Lisboa. Outras zonas do país não tiveram grande expressão. Uma possível razão para isto será o facto de o evento ter sido não só durante o fim-de-semana mas também durante a semana, quando a maioria normalmente não tem tanta disponibilidade para viajar.

Relativamente à situação profissional dividi os inquiridos nas seguintes categorias: estudantes, empregados, desempregados e reformados. Idealmente deveriam existir mais categorias mas quando elaborei a questão referente a este tópico perguntei qual a sua profissão em vez da sua situação profissional. Isto resultou num grande número de respostas diferentes. Assim depois de passar os dados para Excel recodifiquei-as em apenas 4 categorias. Um pouco mais de metade dos inquiridos eram estudantes (52%) sendo a segunda categoria mais representada a dos empregados (42%). Os restantes inquiridos dividiam-se igualmente entre desempregados e reformados.

A habilitação académica mais comum na amostra foi a licenciatura, seguida do 12.º ano, sendo que as duas categorias juntas representam cerca de 80% dos inquiridos.

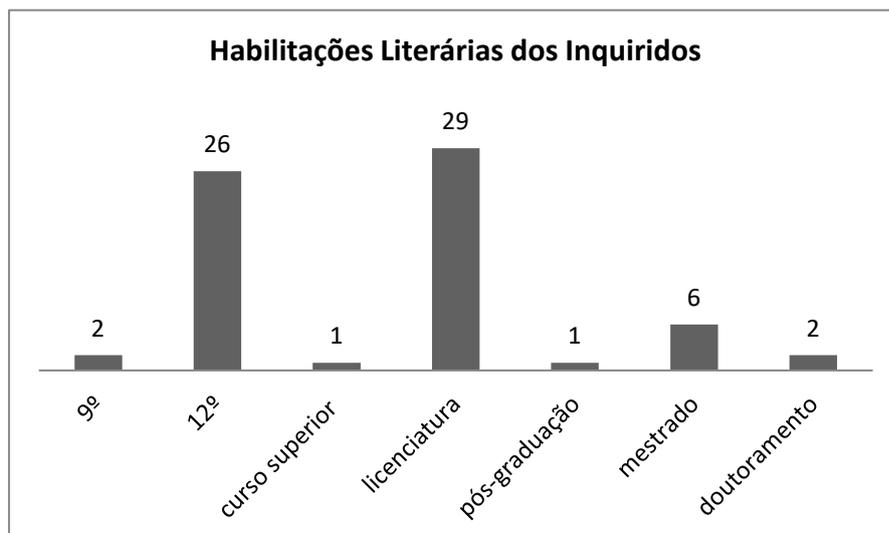


Gráfico 40 - Habilitações literárias dos inquiridos no questionário da SCC

Em geral todas as atividades da Semana da Cultura Coreana tiveram uma assiduidade semelhante (10 a 15 participantes). Houve no entanto duas atividades que se destacaram. A experiência “hanbok”, onde os participantes podiam experimentar vestuário tradicional coreano e tirar fotografias e o *workshop* de “hanji” (um tipo de papel coreano que se utiliza para fazer artes manuais). Agrupando as atividades por temáticas é possível constatar que as atividades que envolveram dança e música foram, no conjunto, as mais procuradas.

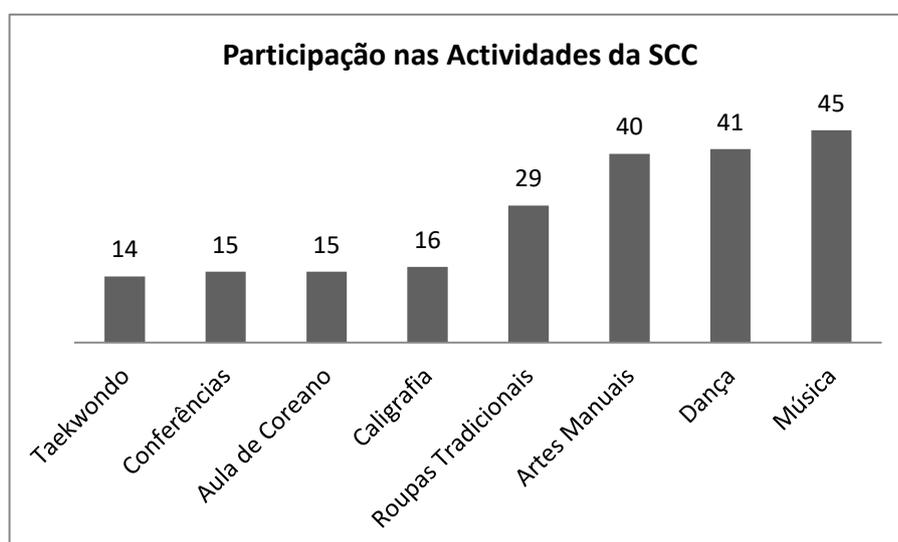


Gráfico 41 - Distribuição da participação nas atividades entre os inquiridos do questionário da SCC

Os três principais meios de divulgação deste evento foram a informação veiculada por amigos, as redes sociais e o *email*. O *site* do Museu da Fundação Oriente e as aulas de coreano aparecem também, mas com uma expressão bastante inferior.

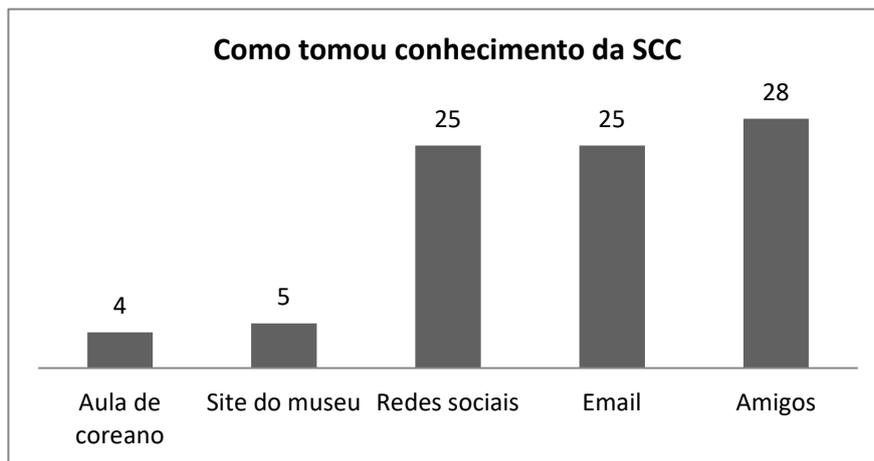


Gráfico 42 - Meio através do qual os inquiridos no questionário da SCC tomaram conhecimento do evento

Quando confrontados com a questão sobre se são frequentadores assíduos de eventos culturais 77% dos inquiridos disse que sim. Entre os inquiridos a média de eventos em que participaram em 10 meses (de Janeiro a Outubro de 2017) foi de 11 eventos. No entanto existe um grande intervalo de respostas que vão de 0 a 100 eventos. As respostas que surgiram com mais frequência foram 2 e 10.

Dos eventos em que participaram posteriormente, para mais de metade dos inquiridos, nenhum teve qualquer relação com cultura coreana. Aqueles que afirmaram que mais de metade ou todos os eventos em que participaram tinham alguma relação com cultura coreana representam aproximadamente um quarto da amostra. É assim normal que para 51% dos inquiridos este tenha sido o primeiro evento relacionado com a Coreia do Sul em que participou.

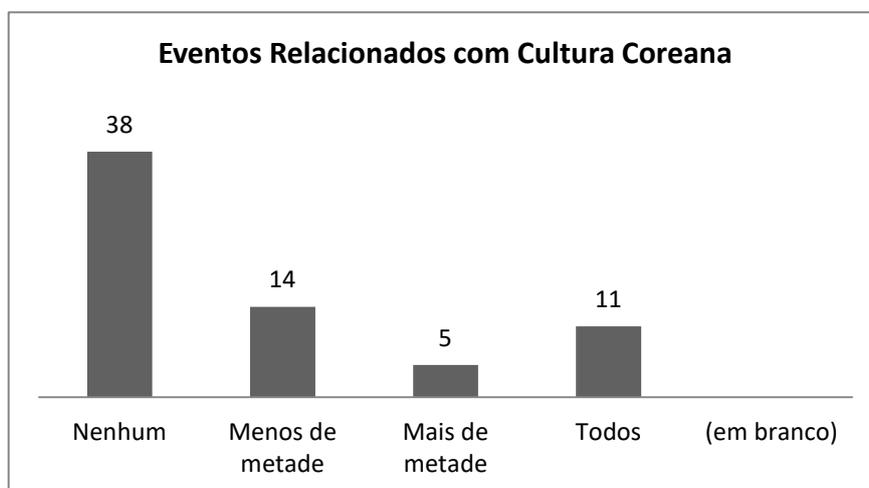


Gráfico 43 - Relação de outros eventos em que os inquiridos dos questionários da SCC participaram com cultura coreana

Para os restantes 49% os eventos mais populares dentro desta temática foram concertos, seguidos pelo *Kpop World Festival* e o Dia da Coreia da FLUL. Também com alguma expressão surgem o *Quiz on Korea*, *Korea Camp* e o *Homecoming Day*.

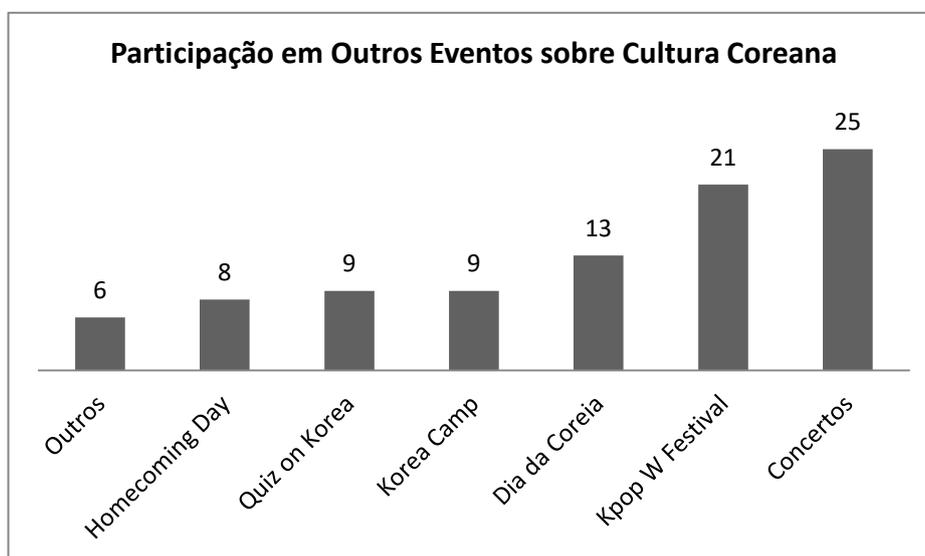


Gráfico 44 – Outros eventos relacionados com cultura coreana em que os inquiridos do questionário da SCC participaram

Os inquiridos foram da opinião geral de que os eventos deste género têm vindo a ser mais populares e de que gostariam que houvesse mais eventos semelhantes.

As principais razões por detrás da participação neste evento repartem-se de modo bastante homogéneo. 37% dos inquiridos diz que a principal razão foi o interesse em culturas asiáticas, 31% em cultura coreana e 27% diz ter simplesmente interesse em culturas diferentes.

Das 14 opções sugeridas a mais seleccionada para explicar o início do interesse na cultura coreana foi a música. A esta seguiram-se os dramas, filmes e programas de *reality TV*. Este início para alguns foi há menos de um ano mas para outros há 10 anos.

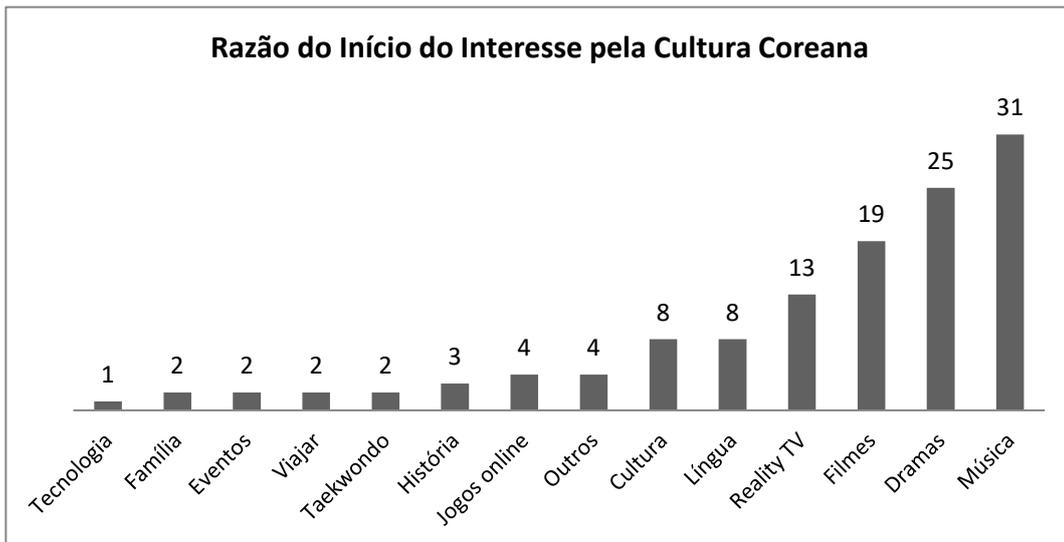


Gráfico 45 - Motivos que levaram ao interesse pela cultura coreana entre inquiridos no questionário da SCC

Neste evento, contrariamente aos dois eventos anteriores, apenas 49% dos inquiridos estava familiarizado com o termo *Korean Wave*.

A plataforma mais utilizada pelos inquiridos para aceder a produtos culturais coreanos é, mais uma vez, o *Youtube*, seguido das outras redes sociais e da televisão.

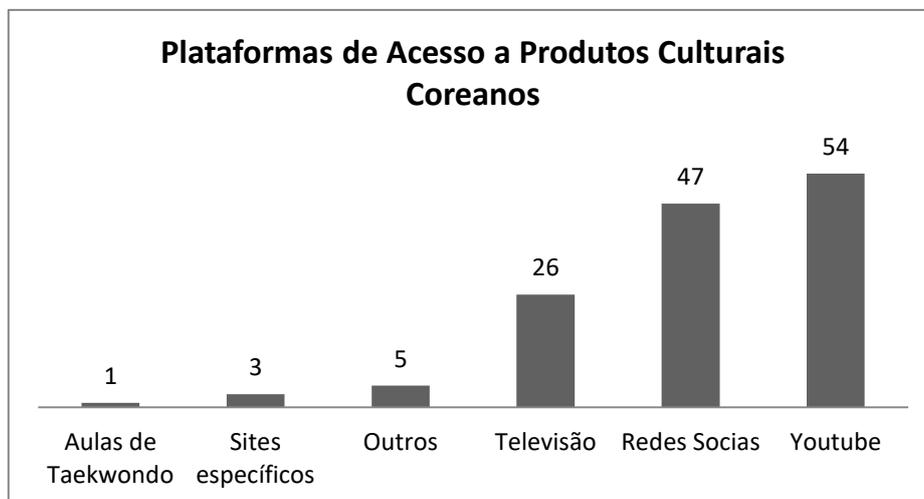


Gráfico 46 - Plataformas utilizadas pelos inquiridos no questionário da SCC para acederem a produtos culturais coreanos

Dos participantes inquiridos 40% afirmou estudar ou já ter estudado coreano. Entre estes a escola mais representada foi a Escola Coreana do Lumiar. O ensino auto-didacta foi a segunda opção mais seleccionada, seguido pelo Instituto Sejong, a ILnova e a FLUL. Entre os restantes 60% quase dois terços afirmou ter interesse em aprender a língua. As duas principais razões para justificar o interesse em estudar coreano foram a música e dramas. Outras duas razões populares foram os programas de *reality TV* e

filmes coreanos. Pespertivas de trabalho e razões académicas, embora um pouco menos, também se destacaram.

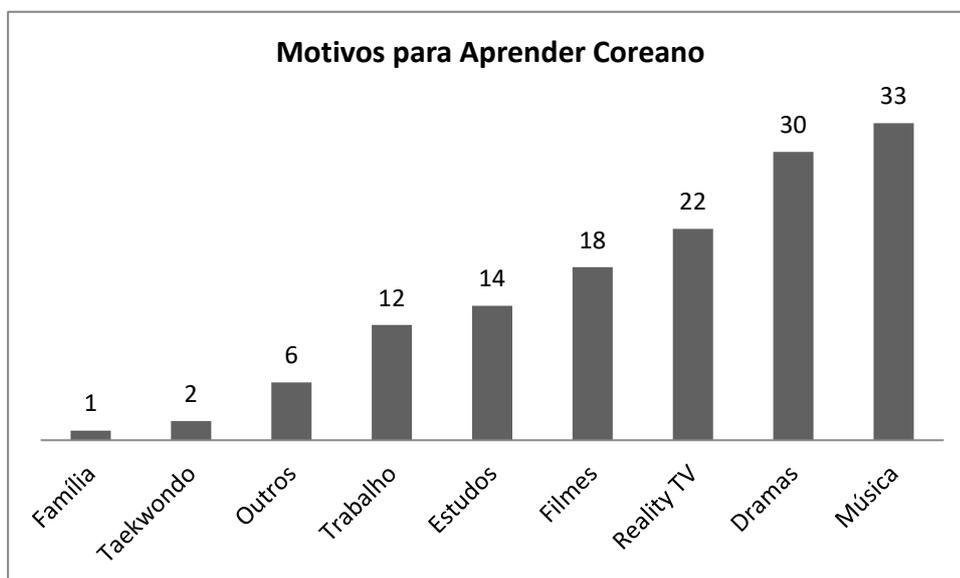


Gráfico 47 - Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário da SCC para ter justificarem o interesse em aprender coreano

Entre os inquiridos somente 4 tinham já visitado a Coreia do Sul. Mas entre os restantes 87% afirmou ter o desejo de o fazer no futuro. Entre as 10 razões que podiam selecionar as 3 mais escolhidas foram o interesse no património histórico, interesse pela língua e pela gastronomia. Em 4º, 5º e 6º lugar respetivamente ficaram os programas coreanos, a música e prespertivas de trabalho.

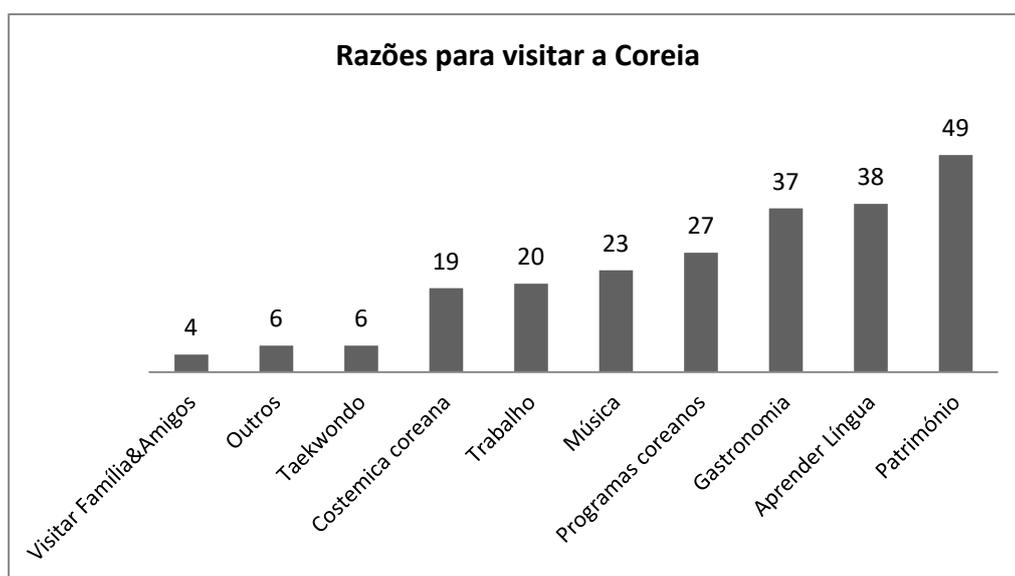


Gráfico 48 - Razões selecionadas pelos inquiridos no questionário da SCC para ter justificarem o interesse em visitar a Coreia do Sul

Apesar de ser impossível comparar com rigor questionários que não são iguais é possível constatar que os resultados deste questionário são os que variam mais quando comparados com o de eventos mais pequenos como o *Quiz on Korea* e o *Homecoming Day*. Há assim que considerar que o Museu da Fundação Oriente tem um alcance maior e que por essa mesma razão atrai um maior e mais diversificado número de pessoas.

CAPÍTULO VI – APRENDER E APRECIAR A CULTURA COREANA

1. O Público dos Eventos

A amostra dos 4 questionários de eventos apresenta características bastante semelhantes. A média de idades varia entre os 20 e os 23 com a exceção da média relativa à SCC (31), embora a faixa etária dos 20 tenha sido, na mesma, a mais representada. Em todos os eventos os inquiridos foram sempre maioritariamente do sexo feminino e estudantes (particularmente com o 12.º ano ou licenciados). A grande maioria dos inquiridos era de nacionalidade portuguesa e residente do centro do país.

Os mecanismos de divulgação com mais ocorrências para todos os eventos foram as redes sociais seguidas, em alguns casos, de amigos que deram a conhecer o evento.

O principal motivo que levou à participação nos eventos difere ligeiramente entre eventos sendo que no *KPOP World Festival* o interesse por culturas asiáticas surge em primeiro lugar, no *Homecoming Day* por sua vez esta opção surge em segundo sendo o interesse pela cultura coreana o principal motivo de participação. Já para a SCC os inquiridos repartiram-se de modo bastante homogéneo tendo ficado os resultados na seguinte ordem de preferência: interesse em culturas asiáticas, interesse em cultura coreana e interesse em culturas diferentes.

O primeiro contacto com os produtos de entretenimento coreano foi um parâmetro que se manteve praticamente idêntico em todos inquiridos nos diferentes eventos. A música surge sempre em primeiro lugar seguida, não sempre na mesma ordem de preferência, pelos dramas, filmes, programas de *reality TV* e jogos *online*.

A forma como este primeiro contacto ocorreu foi principalmente através das redes sociais ou através de amigos que já tinham um interesse prévio pelo entretenimento coreano.

A música também surge em primeiro lugar quando se trata de saber o que é que espoletou o interesse dos inquiridos pela cultura coreana. Seguida, mais uma vez, pelos dramas, filmes e programas de *reality TV* coreanos.

As plataformas de acesso aos conteúdos programáticos coreanos são essencialmente as redes sociais com especial destaque para o *Youtube*. Sites especificamente dedicados à exibição de programas coreanos e a televisão são os meios que ficam em segundo lugar, mas ainda em grande desvantagem relativamente às redes sociais.

Em relação ao estudo da língua coreana a razão mais selecionada para justificar a aprendizagem, ou possível aprendizagem da mesma, foi, unanimemente, a música. Em seguida surgiram, por ordem bastante semelhante, os dramas, filmes e programas de *reality TV* coreanos, motivos académicos e perspetivas de trabalho.

Por sua vez os motivos mais selecionados para fundamentar o interesse em visitar a Coreia do Sul foram bastante similares em todos os questionários, embora por ordem de preferência diferentes. Foram eles, sem nenhuma ordem específica, interesse na gastronomia coreana, razões académicas como a aprendizagem da língua ou intercâmbio, o interesse nos conteúdos musicais coreanos, interesse em programas e filmes coreanos, interesse no património histórico coreano e possíveis oportunidade de trabalho.

De modo geral é possível concluir que a música, os programas (dramas e *reality TV*) e os filmes coreanos foram os principais meios de contacto inicial dos inquiridos com a cultura coreana bem como aquilo que fez com que o seu interesse por cultura coreana surgisse. É importante relembrar que muitas das atividades destes eventos, com exceção do *KPOP World Festival*, não são dedicadas somente à cultura popular coreana. Existe um forte componente educacional e de cultura tradicional nestes eventos. Eventos estes que são na mesma populares junto de um público que iniciou a sua descoberta da Coreia do Sul no K-Pop ou nos dramas mas que posteriormente passou a interessar-se também por toda a esfera cultural deste país asiático indo não só a este tipo de eventos como aprendendo a língua.

2. Dos Eventos à Sala de Aulas

Os dados demográficos da amostra dos questionários sobre a aprendizagem da língua coreana são bastante semelhantes aos das amostras dos questionários dos eventos.

Trata-se de uma amostra jovem, média de idade de 22 anos, maioritariamente do sexo feminino e composta na maior parte por estudantes que completaram o 12.º ou o grau de licenciatura. É toda ela residente no centro do país, com uma maior concentração em Lisboa.

A música surge como a principal razão que levou os inquiridos a querer estudar coreano. Em seguida ficaram os dramas coreanos, seguidos de oportunidade de trabalho, motivos académicos e programas e filmes coreanos. Motivos idênticos, só não em ordem de preferência, aos apontados pelos frequentadores de eventos para justificar um possível interesse em aprender coreano.

É certo que a amostra dos questionários terá coincidido em alguns casos com o público dos eventos, já que os alunos de coreano são prováveis frequentadores de eventos sobre cultura coreana. É possível, ainda assim, concluir que as motivações entre aqueles que não aprendem ainda coreano e aqueles que já o fazem são quase idênticas.

O primeiro contacto com o mundo da cultura e entretenimento coreano para os estudantes da língua foi, também, principalmente a música, seguida pelos dramas. E este encontro foi, mais uma vez, proporcionado por amigos ou pelas redes sociais.

Foi também maioritariamente através da música que o interesse pela restante cultura coreana surgiu estando os dramas, programas de *reality TV* e filmes coreanos também em posição de destaque, como aconteceu com a amostra dos eventos.

As plataformas de acesso a conteúdos programáticos coreanos mantêm-se idênticas às utilizadas pelos inquiridos a nível dos eventos: *Youtube*, *sites* específicos e *TV*, com a adição das aulas de coreano.

Finalmente, nas razões para justificar o interesse numa ida à Coreia do Sul, a aprendizagem da língua surge em primeiro lugar mas segue-se por todos os outros motivos já vistos anteriormente na amostra dos eventos: interesse no património histórico, interesse na gastronomia, oportunidades de trabalho e gosto por programas coreanos.

Em conclusão é também visível neste questionário o papel central da tríade da *Korean Wave*: música, dramas/*reality TV* e filmes. Até num campo mais académico e

que implica, possivelmente, uma maior dispêndio de tempo e concentração da parte dos envolvidos, a cultura *pop* coreana surge como a primeira porta de entrada.

CONCLUSÃO

“A *Korean Wave* é uma indicação clara de novas transformações globais, e regionais na arena cultural” (Ryoo, 2009).

Estudando a citação é possível entender que a *Korean Wave* se trata de um fenómeno não estático e que resulta de uma evolução no modo como conteúdos culturais são produzidos e consumidos.

O cenário cultural em que vivemos está em constante mudança e a *Korean Wave* é uma indicação da diminuição dos constrangimentos geográficos, das alterações dos comportamentos dos consumidores e da abertura do mercado. Está aqui presente a acção dos mecanismos de globalização, consumo transcultural e de hibridação cultural. Graças a estes é possível observar uma certa normalização da cultura pop coreana no quotidiano.

Notícias sobre o sucesso de entidades da *Korean Wave* começam a surgir cada vez com mais frequência e sobre feitos de maior relevância, como por exemplo a banda coreana “BTS” que recentemente bateu o recorde de vídeo de Youtube mais visionado em 24h com 45 milhões de visualizações, proeza que pertencia à cantora americana Taylor Swift⁴². As actividades de certas bandas coreanas são agora de conhecimento geral e não somente por aqueles que procuram ativamente este tipo de informação. São manchetes de jornal, notícias em jornais internacionais e nacionais.

Assiste-se a uma expansão da cultura coreana por todo o globo, e por consequência, também em Portugal. A *Korean Wave* que é possível observar em Portugal é resultante da segunda vaga da mesma, a Hallyu 2.0. Ou seja, os fluxos culturais responsáveis pela entrada da mesma em Portugal não estão relacionados com a proximidade cultural nem com a proximidade geográfica, como aconteceu inicialmente com a China, o Japão e outros países no sudeste asiático. São antes provenientes do estabelecimento de políticas culturais que estimularam a produção de conteúdos mediáticos e desenvolvimento dos meios de propagação destes, as tecnologias de informação e comunicação. O grande motor do processo de globalização do sudeste

⁴² “BTS' 'Fake Love' Music Video Has the Biggest 24-Hour YouTube Debut of 2018” em <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/8457053/bts-fake-love-music-video-biggest-24-hour-youtube-debut-2018>

asiático ao extremo oeste da Europa são principalmente as redes sociais e as tecnologias da informação, que não são passíveis de dissociação.

As políticas culturais agressivas postas em prática pelo governo coreano acabaram por ter sucesso de uma maneira, talvez até, inesperada. Apesar da *Korean Wave* ter sido inicialmente um fenómeno bem pensado e arquitetado seria difícil prever que tomasse as dimensões avassaladoras que atingiu, especialmente nos últimos anos. Grande parte deste crescimento deve-se à participação ativa do público-alvo. O que o torna um objeto de estudo de excepcional importância. Os principais resultados deste trabalho de investigação resultaram por isso da pesquisa feita ao nível dos entusiastas da cultura coreana em Portugal. E foi através desta que foi possível atingir os objetivos estabelecidos a cumprir nesta dissertação.

O principal objetivo desta investigação foi perceber, ou confirmar, se a presença da cultura coreana no quotidiano e na esfera cultural em Portugal se deve ao fenómeno da *Korean wave*. Tentar perceber qual o papel da *Korean Wave* na divulgação da cultura coreana em Portugal e se esta seria a principal responsável da mesma.

Através da informação recolhida durante a investigação foi possível descobrir qual o ponto de partida do interesse do meu público-alvo, aqueles que se interessam por cultura coreana nas suas diversas formas e que cultivam este interesse. Os resultados dos questionários da investigação quer a nível da aprendizagem da língua, quer a nível dos eventos, revelaram que a música coreana foi na grande maioria dos casos a primeira forma de contacto com a cultura coreana. Contacto feito através das redes sociais que surgiram ao longo de todo o trabalho como elemento essencial na divulgação da *Korean Wave* e sem as quais este fenómeno seria praticamente inexistente. Pelo menos não nas dimensões que lhe conhecemos.

Na situação particular de Portugal é possível constatar através dos questionários que, apesar de existirem indivíduos que têm interesse pela cultura coreana há mais de 10 anos, nos últimos 5 anos o influxo de interessados é maior do que no período de 5 anos que o antecede. Trata-se portanto de um fenómeno relativamente recente e que tem vindo a crescer. O número crescente de concertos de bandas coreanas em Portugal também o confirma.

Olhando também para as motivações quer dos estudantes de língua coreana, quer do público de eventos relacionados com cultura coreana é possível constatar que a porta de entrada para o mundo da cultura coreana e, por consequência, para a Coreia do Sul passa pela cultura *pop* coreana e os seus produtos de entretenimento.

O principal fator responsável pelo despertar do interesse pela cultura coreana entre os inquiridos foi a música, seguida pelos dramas, programas de *reality TV* e filmes coreanos.

É também possível dizer que parece haver uma divisão distinta entre fãs de Kpop e interessados em cultura coreana. Os dois segmentos não são, no entanto, mutualmente exclusivos. Muitas vezes trata-se até de uma evolução de um segmento para o outro. Do mundo do Kpop para a Coreia respetivamente.

No panorama atual nacional, e também no internacional, o K-pop acaba por ser o maior embaixador da *Korean Wave*. Ao difundir-se e ao tornar-se mais popular leva a cultura coreana a novos públicos.

Recordando o conceito de *Korean Wave*, fenómeno cultural que se expressa numa vontade de adotar e consumir elementos da própria cultura popular coreana (Lee, 2015), e o facto de esta ter como principal força motriz a música (Kpop), os dramas e os filmes coreanos é possível concluir que a *Korean Wave* tem um papel essencial e de peso na divulgação da cultura coreana em Portugal. O que me permite concluir que a hipótese inicial colocada, a de que a *Korean Wave* foi, e é, um dos fenómenos mais impulsionadores da divulgação da cultura sul-coreana em Portugal, é verdadeira.

Tendo em conta a literatura e os estudos realizados em outras partes do mundo pode-se constatar que a situação portuguesa segue um padrão semelhante com a *Korean Wave* a liderar o avanço da cultura coreana no tecido cultural global e com o Kpop na crista da onda.

BIBLIOGRAFIA

- AAVV (2004), *Públicos da Cultura*, Lisboa, OAC
- Agier, Michel 2001, «Distúrbios identitários em tempos de globalização» *Mana. Estudos de Antropologia Social*, vol. 7 (2): 7-3
- Arrison, Charles; WOOD, Paul *Art in theory 1900-2000. An Anthology of changing ideas*. Malden, Oxford: Blackwell Publishers, 2002.
- Appadurai, Arjun 1996, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Benedicts, S. (ed.), *Public money and the muse: essays on government funding for the arts*. W.W. Norton & Company, 1991
- Berlin, Isaiah 1999, *A Apoteose da Vontade Romântica*, Lisboa, Bizâncio
- Boddy, David *Management, an Introduction*, 5th Edition (Prentice Hall)
- Bradford, G.; Glennwallabach, M. G. (ed.). *The politics of culture: policy perspectives for individuals, institutions and communities*. CAA, New Press, 2000
- Curvelo, Rita, *Marketing das Artes em Direto*, Lisboa, editora Quimera, 2009
- David Hesmondhalgh (2002), *The cultural industries*, Londres, Sage
- Eco, Umberto (1989), *Obra Aberta*, Lisboa, Difel
- Ferreira, Andreia (2014), *Comunicação e Experiências de Visita na Casa Fernando Pessoa: A Eficácia Comunicativa da Exposição Multimédia "Sonhatório"* Dissertação de Mestrado em Gestão e Estudos da Cultura, Lisboa, Departamento de História, ISCTE
- Finchum Sung, H. V. (2009). Image is everything: re-imagining traditional music in the era of the Korean Wave. *Southeast Review of Asian Studies*, 31, 39
- Gambarato, Renira Rampazzo (2013) 'Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations', *Baltic Screen Media Review* 1, 81-100.
- Ha, J. Y. (2017). Hallyu in and for Asia. *Kritika Kultura*, 2017(28), 55–62.
- Huang, S. (2011). Nation-branding and transnational consumption: Japan-mania and the Korean wave in Taiwan. *Media, Culture and Society*, 33(1), 3–18. <https://doi.org/10.1177/0163443710379670>
- Huang, S. (2017). Social media and the new Korean Wave Lee Sangjoon Normes Abé

- Mark (eds), *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 2015. JinDal Yong, *New Korean Wave: Transnational Cultural Power in the Age of Social . Media, Culture & Society*, 39(5), 773–777. <https://doi.org/10.1177/0163443717707344>
- Jang, G., & Paik, W. K. (2012). Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy. *Advances in Applied Sociology*, 2(3), 196–202. <https://doi.org/10.4236/aasoci.2012.23026>
- Jenkins, Henry (2006), *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York and London, New York University Press
- Jin, D. Y. (2011). *Global Media Convergence and Cultural Transformation*. <https://doi.org/10.4018/978-1-60960-037-2>
- Jin, D. Y., & Yoon, K. (2016). The social mediascape of transnational Korean pop culture: Hallyu 2.0 as spreadable media practice. *New Media and Society*, 18(7), 1277–1292. <https://doi.org/10.1177/1461444814554895>
- Kim, E. M., & Ryoo, J. (2007). South Korean Culture Goes Global: K-Pop and the Korean Wave. *Korean Social Science Journal*, 34(1), 117–152. Retrieved from [http://kossrec.org/board/imgfile/KSSJ_Vol.34.no.1\(Eun Mee Kim&Jiwon Ryoo\)\).pdf](http://kossrec.org/board/imgfile/KSSJ_Vol.34.no.1(Eun_Mee_Kim&Jiwon_Ryoo)).pdf)
- Kwon, S. H., & Kim, J. (2014). The cultural industry policies of the Korean government and the Korean Wave. *International Journal of Cultural Policy*, 20(4), 422–439. <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.829052>
- Lee, W.-J. (2015). The Effects of the Korean Wave (Hallyu) Star and Receiver Characteristics on T.V Drama Satisfaction and Intention to Revisit. *International Journal Science and Technology*, 8(11), 347–356. <https://doi.org/10.14257/ijunesst.2015.8.11.34>
- Lipovetski, Gilles & Hervé JUVIN (2011), *O Ocidente Mundializado: controvérsia sobre a cultura planetária*, Lisboa: Edições 70
- Mantecón, Ana Rosas (2009), "O que é o público?", *Poiésis*, 14, pp. 175-215
- Melo, Alexandre (2002), *Globalização Cultural*, Lisboa: Quimera
- Melo, Alexandre (2002), *Globalização Cultural*, Lisboa, Quimera Editores
- Molen S. (2014), *A Cultural Imperialistic Homecoming: The Korean Wave Reaches the United States*, pp. 149-187
- Pieper, D. O. (2011). *Han â€™TM gul for the Nation , the Nation for Han â€™TM gul : The Korean Language Movement , 1894-1945*.
- Pieterse, Jan Nederveen (2009); "Globalization and Culture", Rowman & Littlefield.
- Robertson, Roland (1992); "Globalization: Social Theory and Global Culture"; Londres, Thousand Oaks e Nova Deli, Sage

- Ryoo, W. (2009). Globalization, or the logic of cultural hybridization: The case of the Korean wave. *Asian Journal of Communication*, 19(2), 137–151. <https://doi.org/10.1080/01292980902826427>
- Scolari, Carlos (2013) *Narrativas Transmedia: Cuando Todos Los Medios Cuentan*, Bilbao, Deusto
- Steiner, George 1992 (1971), *No Castelo Do Barba Azul. Algumas Notas para a Redefinição da Cultura*, Lisboa, Relógio D'Água
- Tomlinson, John (1999); "Globalization and Culture"; Polity Press
- Waters, Malcolm (1999), *Globalização*, 1ª edição, Celta editora, Oeiras
- Warner, Michael (2002), "Publics and Counterpublics", *Public Culture*, 14(1), pp. 49-90
- Weber, Max 1996, *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, Lisboa, Presença
- Yue, Audrey and Jun, Sung (2011), "Urban screens and Transcultural consumption between South Korea and Australia", in *The Korean Wave: A new Pop Culture Phenomenon* (2011) *Contemporary Korea No. 1*. Korean Culture and Information Service, Seoul

FONTES

“Changwon KPOP World Festival History”, http://k-popworldfestival.kbs.co.kr/sub1_2.html, consultado a 6 de Janeiro de 2018

Entrevista realizada a Martim Mónica por Maria Loureiro no dia 25 de Janeiro de 2018 no espaço *Second Home* Lisboa na qualidade de *tour manager* da MyMusicTaste

Entrevista realizada a Jin Sun Lee por Maria Loureiro no dia 12 de Março de 2018 no espaço da Embaixada da República da Coreia do Sul na qualidade de coordenadora cultural da embaixada da República da Coreia do Sul

Entrevista realizada a Pedro Correia por Maria Loureiro no dia 24 de Abril de 2018 na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa enquanto de professor de Estudos Asiáticos da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

Grande Reportagem Sic “A Onda K”, Reportagem de Isabel Osório, imagem de Jorge Guerreiro e Gonçalo Soares, edição de Vanda Paixão e produção de Ana Marisa Silva, data de emissão 28 de Março de 2018

“Hallyu (Korean Wave)”, <http://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>, consultado em 11.12.2017

“Instituto Oriental passa a representar o King Sejong Institute”, <http://fcs.unl.pt/media/noticias/instituto-oriental-passa-a-representar-o-king-sejong-institute>, publicado a 2013-08-12 (17:10), consultado a 13 de Abril de 2018

Kelley, Caitlin “BTS' 'Fake Love' Music Video Has the Biggest 24-Hour YouTube Debut of 2018” em <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/8457053/bts-fake-love-music-video-biggest-24-hour-youtube-debut-2018> publicado a 21 de Maio de 2018 consultado a 5 de Julho de 2018

“King Sejong Institute Foundation: Overview” <http://www.ksif.or.kr/>

“Museu do Oriente recebe pré-eliminatória do K-Pop World Festival 2017”(2017), <http://www.e-cultura.sapo.pt/evento/6105> consultado a 10 de Março de 2018

“Nunca antes visto: sul-coreanos BTS lideram top americano”, <https://www.publico.pt/2018/05/28/culturaipilon/noticia/nunca-antes-visto-sulcoreanos-bts-lideram-top-americano-1832372>, data de edição 28.05.2018 (9:29), consultado em 4.06.2018

“Quiz on Korea” (2014), <http://www.korea.net/Events/Overseas/view?articleId=2291>, consultado a 4.03.2018

“Sobre Nós”, <https://www.mymusictaste.com/about/>, consultado a 26.01.2018

ANEXOS

Anexo A - Guião da Entrevista a Martim Mónica no dia 25 de Janeiro de 2018

Local: Second Home Lisboa

Nacionalidade: Portuguesa

Percurso académico

Percurso laboral

Para aqueles que não estão familiarizados pode explicar o que é a MMT? (o que faz, quando, onde e porque é que foi criada)

MMT em Portugal – quando é que Portugal começou a surgir no radar da MMT (enquanto “base” e público)

Há quanto tempo trabalha para a MMT?

Como foi o seu percurso dentro da MMT? Qual a sua função actual

Como é que se deu o primeiro contacto com a MMT?

Tinha algum contacto posterior com a Coreia do Sul ou produtos culturais/ de entretenimento coreanos? Se sim que tipo de contacto, como é que foi iniciado

Qual a sua opinião em relação ao kpop/ korean wave em Portugal, em termos de evolução?

Que previsão faz para o futuro da presença da MMT em Portugal? E para o kpop em geral?

Anexo B -Guião da Entrevista a Jin Sun Lee no dia 12 de Março de 2018

Local: Embaixada da República da Coreia do Sul

Nacionalidade: Sul-coreana

Como é que começou a trabalhar para a embaixada da Republica da Coreia do Sul?

Há quanto tempo exerce a função de coordenadora cultural da embaixada da república da coreia do sul?

Quais foram os primeiros eventos a surgir?

Por ano quantos eventos relacionados com cultura coreana é que a embaixada faz? Quais?

Como é que tem evoluído a resposta aos eventos? Mais ou menos populares?

Nos últimos anos tem havido mais pessoas a querer viajar ou viver na Coreia?

Como é que descreveria as pessoas que costumam participar nestes eventos? São sempre pessoas novas? Há caras conhecidas? Há um segmento do público predefinido (se os eventos são realizados tendo um certo tipo de pessoas em mente)?

Que tipo de actividades/eventos é que a embaixada tem em especial atenção? Têm-se mantido constantes ou têm alterado?

Qual a sua opinião em relação ao kpop/ korean wave em Portugal, em termos de evolução? Acha que o interesse das pessoas tem aumentado?

Anexo C - Guião da Entrevista a Pedro Correia no dia 24 de Abril de 2018

Local: Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

Nacionalidade: Portuguesa

Há quanto tempo é que a FLUL disponibiliza aulas de língua coreana?

O curso de estudos asiáticos sempre teve uma parte dedicada à Coreia ou foi algo que aconteceu mais recentemente?

Como foi a adesão as aulas de coreano?

Como foi a afluência às aulas de coreano?

O que é que motivou a faculdade a tornar possíveis as aulas de coreano?

O que acha que se encontra por detrás deste desejo de saber mais sobre a Coreia?

Qual é a sua visão sobre o fenómeno do k-pop?

A hipótese que procuro comprovar na minha dissertação é a de que a korean wave teve um grande papel no desenvolvimento do interesse pela cultura coreana em Portugal.

Qual é a sua opinião sobre o assunto?

Que previsão faz para a o panorama da cultura coreana em Portugal?

Anexo D - Questionário do *Homecoming Day*

Questionário no âmbito da pesquisa para a dissertação de Mestrado

Evento: Homecoming Day Data: ___/9/2017

Idade: ___

Nacionalidade: _____

Sexo: F M

Cidade de residência: _____

Estuda de momento ou alguma vez estudou coreano: Sim Não

Se sim onde:

Instituto Sejong ILnova Online Outros: _____

Caso não estude teria interesse em fazê-lo: sim não

Caso tenha respondido não às perguntas anteriores salte esta pergunta

Por que razão começou a aprender ou gostaria de aprender coreano (música, k-dramas, trabalho, etc.) _____ :

Alguma vez foi à Coreia do Sul: Sim Não

Caso a resposta seja não deseja ou planeia fazê-lo no futuro: Sim Não

Por que razão visitou/gostaria de visitar a Coreia do Sul (música, k-dramas, trabalho, outras _____) _____ :

~ Questões relacionadas com o Evento- Homecoming Day ~

Como é que tomou conhecimento deste evento:

Amigos Redes Sociais Email Outros: _____

É a primeira vez que participa num evento: Sim Não

Caso a resposta seja não, em que outros eventos, sobre cultura coreana, é que já participou?

Concertos Semana da Cultura Coreana do Museu do Oriente Quiz on Korea
Festival K-POP Outros _____

Acha que os eventos deste género têm vindo a ser mais populares? Sim Não

Não sei

Gostava que existissem mais eventos deste género? Sim Não Não sei

Qual a principal razão da sua participação neste evento:

Interesse em cultura coreana

Interesse em culturas asiáticas em geral

Outros _____

Caso tenha respondido “interesse em cultura coreana” responda à questão seguinte

Como começou o seu interesse pela cultura coreana?

Necessidade de aprender a língua por questões académicas ou de trabalho

Música Coreana (k-pop, k-rap, k-indie)

Dramas coreanos

Filmes coreanos

Outros: _____

Há quanto tempo aproximadamente tem interesse pela cultura coreana? _____

Está familiarizado com o termo “korean wave” ou “hallyu” Sim Não

Normalmente através de que plataformas tem acesso aos produtos culturais coreanos?

Televisão Redes sociais Outros _____

Muito Obrigada pela sua cooperação

감사합니다~

Anexo E - Questionário da Semana da Cultura Coreana

Questionário no âmbito da pesquisa para a dissertação de Mestrado

Evento: **Semana da Cultura Coreana** Local: **Museu do Oriente** Data: ___/10/2017

Idade: ___ Nacionalidade: _____ Local de residência: _____

Profissão: _____ Habilitações Acadêmicas: _____

Sexo: **F** **M**

Parte I

1. Em que atividade(s) vai participar:

Workshops: **tambor nanta** **pansori (k-pop)** **pansori (k-filmes)** **bojagui**
hangeul **caligrafia** **dança de leque** **dança k-pop** **dança de máscaras**
talchum **hanji gongye** **taekwondo** **flauta de bambu danso** **dança de**
ganggangsullae

Conferência “A Minha Coreia”

Experiência de hanbok

2. Como é que tomou conhecimento deste evento:

Amigos **Redes Sociais** **Email** **Revistas/Jornais**
Outros: _____

3. Considera-se um frequentador assíduo de eventos culturais (exposições, concertos, conferências etc)? **Sim** **Não**

4. Desde o início do ano, aproximadamente, em quantos eventos culturais participou?

5. Dos eventos em que participou, sem contar com este, quantos foram relacionados com cultura coreana?

Nenhum **Menos de metade** **Mais que metade** **Todos**

6. É a primeira vez que participa num evento relacionado com a Coreia: **Sim** **Não**

7. Caso a resposta seja não, em que outros eventos, sobre cultura coreana, é que já participou?

Concertos **Homecoming Day (Instituto King Sejong)** **Quiz on Korea**
Festival K-POP

Korea Camp **Dia da Coreia (organizado pela FLUL)** **Outros**

8. Acha que os eventos deste género têm vindo a ser mais populares? **Sim** **Não**

9. Gostava que existissem mais eventos deste género? **Sim** **Não**

10. Qual a principal razão da sua participação neste evento:

Interesse em cultura coreana

Interesse em culturas asiáticas em geral

Interesse em todo o género de culturas diferentes

Outros _____

Parte II

11. Como começou o seu interesse pela cultura coreana?

Necessidade de aprender a língua por questões académicas/profissionais

Música Coreana (k-pop, k-rap, k-indie)

Dramas coreanos

Filmes coreanos

Programas de *reality-tv* coreanos

Jogos online

Taekwondo

Outros: _____

12. A quanto tempo aproximadamente tem interesse por cultura coreana?

13. Está familiarizado com o termo “korean wave” ou “hallyu” **Sim** **Não**

14. Normalmente através de que plataformas tem acesso aos produtos culturais coreanos?

Televisão

Aulas de coreano

Aulas de taekwondo

Redes sociais

Youtube

Sites específicos: _____

Outros _____

15. Estuda de momento ou alguma vez estudou coreano: **Sim** **Não**

16. Se sim onde:

Instituto Sejong

ILnova

Escola Coreana Lumiar (Colégio S. João de Brito)

Online

Autodidacta

Outro: _____

17. Caso não estude teria interesse em fazê-lo: **Sim** **Não** Se respondeu não salte a próxima questão

18. Por que razão começou a aprender ou gostaria de aprender coreano:

Música

Dramas

Programas de *reality tv*

Filmes

Taekwondo

Família

Trabalho

Razões académicas

Outra: _____

19. Alguma vez foi à Coreia do Sul: **Sim** **Não**

20. Caso a resposta seja não deseja ou planeia fazê-lo no futuro: **Sim** **Não**

21. Por que razão visitou/gostaria de visitar a Coreia do Sul:

Interesse pelos produtos da indústria musical coreana

Aprendizagem da língua

Interesse em taekwondo ☉

Perspectivas de trabalho ☉

Interesse por programas coreanos (dramas, *reality TV*, filmes) ☉

Interesse no património histórico ☉

Interesse em *k-beauty* ☉

Interesse na gastronomia ☉

Família ☉

Outras: _____ ☉

Muito Obrigada pela sua
cooperação

감사합니다~



Anexo F – Transcrição do Questionário Google Forms “Aprender coreano: Questionário para a dissertação de Mestrado”

Idade

Nacionalidade

Sexo

Cidade de Residência

Habilitações Académicas:

9.º, 12.º, Licenciatura, Mestrado, Doutoramento, Outros

Situação Profissional:

Estudante; Trabalha a tempo inteiro; Trabalha a tempo parcial; Desempregado/a sem subsídio; Desempregado/a com subsídio; Doméstico/a; Reformado/a; Permanentemente incapacitado

Em que escola/instituto aprende coreano?

Instituto Sejong Lisboa, ILnova, Escola Coreana, FLUL, Outros

Qual ou quais as razões pela qual decidiu começar a estudar coreano?

Música; Dramas; Programas de *reality tv*; Filmes; Taekwondo; Família; Oportunidade de trabalho; Razões académicas; Faz parte do programa curricular; Outras

Em que ano começou a estudar coreano?

Considera que aprender coreano o/a ajuda a compreender melhor a cultura coreana? Sim/Não/Talvez

Pensa futuramente continuar a estudar coreano? Sim/Não/Talvez

Já alguma fez o exame TOPIK (test of proficiency in korean)? Sim/Não

Que nível de TOPIK(de 1 a 6) tem de momento?

Tenciona fazer o TOPIK futuramente? Sim/Não/Talvez

Por que razão fez ou pretende fazer o TOPIK?

Estudar na Coreia; Trabalhar na Coreia; Adquisição de competências; Desafio Pessoal;
Outros

Já participou em eventos relacionados com cultura coreana (concertos, exposições, conferências, workshops, etc)?

Sim/Não

Em que eventos, sobre cultura coreana, é que já participou?

Concertos; Homecoming Day; Festival K-pop; Korea Camp; Dia da Coreia; Semana da Cultura Coreana; Quiz on Korea; Outros

Acha que os eventos relacionados com a cultura coreana têm vindo a ser mais populares? Sim/Não/Não sei

Gostava que existissem mais eventos deste género? Sim/Não/Não sei

Qual foi o primeiro contacto que teve com formas de entretenimento coreanas?

Música coreana; Dramas; Programas de *reality tv*; Filmes; Jogos Online; Espetáculo de cultura tradicional coreana (música, dança, teatro, etc); Outros

De que forma fez esse primeiro contacto?

Através de amigos que já tinham interesse em cultura coreana; Nas redes sociais (facebook, youtube, instagram, etc); Em contexto de aula (coreano ou taekwondo); Através da televisão; Num evento relacionado com cultura coreana; Outros

Como começou o seu interesse pela cultura coreana?

Necessidade de aprender a língua por questões académicas ou de trabalho; Música Coreana (k-pop, k-rap, k-indie); Dramas coreanos; Filmes coreanos; Programas de *reality-tv* coreanos; Jogos *online*; Taekwondo; Outros

Há quanto tempo aproximadamente tem interesse em conteúdos culturais coreanos (em anos)?

Está familiarizado com o termo “korean wave” ou “hallyu”? Sim/Não/Não sei

Normalmente através de que plataformas tem acesso aos produtos culturais coreanos?

Televisão; Redes sociais *online*; Youtube; Aulas de coreano; Aulas de taekwondo, Sites específicos; Eventos sobre cultura coreana; Outros

Já foi à Coreia do Sul? Sim/Não

Deseja ou planeia fazê-lo no futuro? Sim/Não/Talvez

Por que razão visitou/gostaria de visitar a Coreia do Sul?

Interesse pelos produtos da indústria musical coreana; Aprendizagem da língua; Interesse em taekwondo; Perspectivas de trabalho; Interesse por programas coreanos (dramas, *reality TV*, filmes); Interesse no património histórico; Interesse em *k-beauty*; Interesse na gastronomia; Visitar família ou amigos; Outros

Anexo G – Transcrição do Questionário Google Forms “Quiz on Korea 2017: Questionário para a dissertação de Mestrado”

Idade

Nacionalidade

Sexo

Cidade de Residência

Habilitações Académicas:

9.º, 12.º, Licenciatura, Mestrado, Doutoramento, Outros

Situação Profissional:

Estudante; Trabalha a tempo inteiro; Trabalha a tempo parcial; Desempregado/a sem subsídio; Desempregado/a com subsídio; Doméstico/a; Reformado/a; Permanentemente incapacitado

Participou no Quiz on Korea enquanto:

Concorrente; Voluntário/Parte da organização; Público

Como é que tomou conhecimento deste evento?

Amigos; Redes sociais; E-mail; Facebook da Embaixada da Coreia do Sul; Outros

Desde o início do ano, aproximadamente, em quantos eventos culturais participou?

Dos eventos em que participou, sem contar com este, quantos foram relacionados com cultura coreana?

Nenhum; Menos de metade; Metade; Mais de metade; Todos

Foi a primeira vez que participou neste evento (Quiz on Korea)? Sim/Não

Foi a primeira vez que participou num evento relacionado com a Coreia? Sim/Não

Em que outros eventos, relacionados com cultura coreana, é que já participou?

Concertos; Homecomig Day; Festival K-pop; Korea Camp; Dia da Coreia; Semana da Cultura Coreana; Outros

Acha que os eventos relacionados com a cultura coreana têm vindo a ser mais populares? Sim/Não/Não sei

Gostava que existissem mais eventos deste género? Sim/Não/Não sei

Qual a principal razão da sua participação neste evento?

Interesse em cultura coreana; Interesse em culturas asiáticas em geral; Interesse em todo o género de culturas diferentes; Outro

Qual foi o primeiro contacto que teve com formas de entretenimento coreanas?

Música coreana; Dramas; Programas de *reality tv*; Filmes; Jogos *Online*; Espetáculo de cultura tradicional coreana (música, dança, teatro, etc); Outros

De que forma fez esse primeiro contacto?

Através de amigos que já tinham interesse em cultura coreana; Nas redes sociais (facebook, youtube, instagram, etc); Em contexto de aula (coreano ou taekwondo); Através da televisão; Num evento relacionado com cultura coreana; Outros

Como começou o seu interesse pela cultura coreana?

Necessidade de aprender a língua por questões académicas ou de trabalho; Música Coreana (k-pop, k-rap, k-indie); Dramas coreanos; Filmes coreanos; Programas de *reality-tv* coreanos; Jogos *online*; Taekwondo; Outros

Há quanto tempo aproximadamente tem interesse em conteúdos culturais coreanos (em anos)?

Está familiarizado com o termo “korean wave” ou “hallyu”? Sim/Não/Não sei

Normalmente através de que plataformas tem acesso aos produtos culturais coreanos?

Televisão; Redes sociais online; Youtube; Aulas de coreano; Aulas de taekwondo, Sites específicos; Eventos sobre cultura coreana; Outros

Estuda de momento ou alguma vez estudou coreano? Sim/Não

Onde?

Instituto Sejong Lisboa, ILnova, Escola Coreana, FLUL, Outro

Caso não estude teria interesse em fazê-lo? Sim/Não/Talvez

Por que razão começou a aprender ou gostaria de aprender coreano?

Música; Dramas; Programas de *reality TV*; Filmes; Taekwondo; Família; Oportunidades de trabalho; Razões académicas; Outro

Já foi à Coreia do Sul? Sim/Não

Deseja ou planeia fazê-lo no futuro? Sim/Não/Talvez

Por que razão visitou/gostaria de visitar a Coreia do Sul?

Interesse pelos produtos da indústria musical coreana; Aprendizagem da língua; Interesse em taekwondo; Perspectivas de trabalho; Interesse por programas coreanos (dramas, *reality TV*, filmes); Interesse no património histórico; Interesse em *k-beauty*; Interesse na gastronomia; Visitar família ou amigos; Outros

Anexo H – Transcrição do Questionário Google Forms “KPOP Festival 2017: Questionário para a dissertação de Mestrado”

Idade

Nacionalidade

Sexo

Cidade de Residência

Habilitações Académicas:

9.º, 12.º, Licenciatura, Mestrado, Doutoramento, Outros

Situação Profissional:

Estudante; Trabalha a tempo inteiro; Trabalha a tempo parcial; Desempregado/a sem subsídio; Desempregado/a com subsídio; Doméstico/a; Reformado/a; Permanentemente incapacitado

Participou no KPOP World Festival enquanto:

Concorrente; Voluntário/Parte da organização; Público

Como é que tomou conhecimento deste evento?

Amigos; Redes sociais; E-mail; Facebook da Embaixada da Coreia do Sul; Outros

Desde o início do ano, aproximadamente, em quantos eventos culturais participou?

Dos eventos em que participou, sem contar com este, quantos foram relacionados com cultura coreana?

Nenhum; Menos de metade; Metade; Mais de metade; Todos

Foi a primeira vez que participou neste evento (KPOP World Festival)? Sim/Não

Foi a primeira vez que participou num evento relacionado com a Coreia? Sim/Não

Em que outros eventos, relacionados com cultura coreana, é que já participou?

Concertos; Homecomig Day; Quiz on Korea; Korea Camp; Dia da Coreia; Semana da Cultura Coreana; Outros

Acha que os eventos relacionados com a cultura coreana têm vindo a ser mais populares? Sim/Não/Não sei

Gostava que existissem mais eventos deste género? Sim/Não/Não sei

Qual a principal razão da sua participação neste evento?

Interesse em cultura coreana; Interesse em culturas asiáticas em geral; Interesse em todo o género de culturas diferentes; Outro

Qual foi o primeiro contacto que teve com formas de entretenimento coreanas?

Música coreana; Dramas; Programas de *reality tv*; Filmes; Jogos Online; Espetáculo de cultura tradicional coreana (música, dança, teatro, etc); Outros

De que forma fez esse primeiro contacto?

Através de amigos que já tinham interesse em cultura coreana; Nas redes sociais (facebook, youtube, instagram, etc); Em contexto de aula (coreano ou taekwondo); Através da televisão; Num evento relacionado com cultura coreana; Outros

Como começou o seu interesse pela cultura coreana?

Necessidade de aprender a língua por questões académicas ou de trabalho; Música Coreana (k-pop, k-rap, k-indie); Dramas coreanos; Filmes coreanos; Programas de *reality-tv* coreanos; Jogos *online*; Taekwondo; Outros

Há quanto tempo aproximadamente tem interesse em conteúdos culturais coreanos (em anos)?

Está familiarizado com o termo “korean wave” ou “hallyu”? Sim/Não/Não sei

Normalmente através de que plataformas tem acesso aos produtos culturais coreanos?

Televisão; Redes sociais online; Youtube; Aulas de coreano; Aulas de taekwondo, Sites específicos; Eventos sobre cultura coreana; Outros

Estuda de momento ou alguma vez estudou coreano? Sim/Não

Onde?

Instituto Sejong Lisboa; ILnova; Escola Coreana; FLUL; Auto-didata; Outro

Caso não estude teria interesse em fazê-lo? Sim/Não/Talvez

Por que razão começou a aprender ou gostaria de aprender coreano?

Música; Dramas; Programas de *reality TV*; Filmes; Taekwondo; Família; Oportunidades de trabalho; Razões académicas; Outro

Já foi à Coreia do Sul? Sim/Não

Deseja ou planeia fazê-lo no futuro? Sim/Não/Talvez

Por que razão visitou/gostaria de visitar a Coreia do Sul?

Interesse pelos produtos da indústria musical coreana; Aprendizagem da língua; Interesse em taekwondo; Perspectivas de trabalho; Interesse por programas coreanos (dramas, *reality TV*, filmes); Interesse no património histórico; Interesse em *k-beauty*; Interesse na gastronomia; Visitar família ou amigos; Outros